



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL

DE CONTABILIDAD

“Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de
Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORES:

Luna Sulca, Omar Eduardo (ORCID: 0000-0002-5905-9926)

Soto Chirinos, Melany Teresa (ORCID: 0000-0001-5997-908X)

ASESOR:

Mg. Gonzales Matos, Marcelo Dante (ORCID: 0000-0003-4365-5990)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoria

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Ésta presente investigación que realizamos se lo dedicamos ante todo a Dios por habernos concedido lograr nuestra aspiración de terminar nuestra carrera con salud.

A nuestro hijo Matthew, que es nuestra inspiración y motivo de superarnos día a día y luchar por un futuro mejor.

A nuestros padres y abuelos por el gran apoyo que nos brindan, con sus palabras de aliento que nos inspiraban a seguir adelante y cumpliendo con nuestras metas.

Agradecimiento

Agradecer a Dios por cuidarnos en todo momento; a nuestros padres y seres queridos por darnos siempre el apoyo, tolerancia y confianza; y en especial agradecer al profesor Mg. Marcelo Gonzales por el soporte y ayuda que hizo viable la presentación de este presente estudio.

Página del Jurado

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

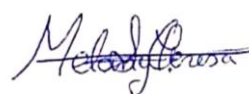
Yo Omar Eduardo Luna Sulca con DNI N° 74084742 y Melany Teresa Soto Chirinos con DNI N° 72665874, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 29 de noviembre del 2019



Omar Eduardo Luna Sulca

DNI: 74084742



Melany Teresa Soto Chirinos

DNI: 72665874

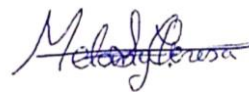
Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo le presentamos ante ustedes la tesis titulada “Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019” por lo cual esperamos que cumpla con todas las condiciones de aprobación para alcanzar el Título de Contador Público.



Omar Eduardo Luna Sulca



Melany Teresa Soto Chirinos

Índice general

Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	vii
Presentación	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xiv
Resumen.....	xviii
Abstract	xix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	27
2.1. Diseño de investigación	27
2.1.1. Enfoque.	27
2.1.2. Tipo.....	27
2.1.3. Nivel.....	28
2.1.4. Diseño.....	28
2.1.5. Corte.....	28
2.2. Variables, operacionalización	29
2.2.1. Cuadro de operacionalización	29
2.3. Población y muestra	32
2.3.1. Población.	32
2.3.2. Muestra.....	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad... ..	32
2.4.1. Técnicas de recolección de datos.	32
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos.	33
2.4.3. Validez.	35

2.4.4. Confiabilidad.....	40
2.5. Procedimiento	42
2.6. Métodos de análisis de datos	42
2.7. Aspectos éticos	43
III. RESULTADOS.....	44
3.1. Resultados descriptivos.....	44
3.2. Prueba de hipótesis	89
IV. DISCUSIÓN.....	93
V. CONCLUSIONES.....	95
VI. RECOMENDACIONES	97
6.1. Recomendaciones a la unidad de estudios	97
6.2. Recomendaciones académicas	98
REFERENCIAS	99
ANEXOS.....	108

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	29
Tabla 2 Calificación y puntuación del cuestionario	34
Tabla 3 Calificación y puntuación del cuestionario	35
Tabla 4 Juicio de Expertos.....	36
Tabla 5 Validez de contenido por V de Aiken	37
Tabla 6 Rangos de Fiabilidad	41
Tabla 7 Estadísticas de fiabilidad.....	42
Tabla 8 Ítem 1: Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma	44
Tabla 9 Ítem 2. Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica	45
Tabla 10 Ítem 3. Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa	46
Tabla 11 Ítem 4. Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.....	47
Tabla 12 Ítem 5. Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.....	48
Tabla 13 Ítem 6. La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.....	49
Tabla 14 Ítem 7. Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva	

<i>otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.....</i>	<i>50</i>
Tabla 15 <i>Ítem 8. Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.....</i>	<i>51</i>
Tabla 16 <i>Ítem 9. Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders</i>	<i>52</i>
Tabla 17 <i>Ítem 10. La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía</i>	<i>53</i>
Tabla 18 <i>Ítem 11. La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.....</i>	<i>54</i>
Tabla 19 <i>Ítem 12. Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera</i>	<i>55</i>
Tabla 20 <i>Ítem 13. En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detalla cada periodo</i>	<i>56</i>
Tabla 21 <i>Ítem 14. Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.....</i>	<i>57</i>
Tabla 22 <i>Ítem 15. Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.....</i>	<i>58</i>
Tabla 23 <i>Ítem 16. La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.....</i>	<i>59</i>

Tabla 24 Ítem 17. Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente	60
Tabla 25 Ítem 18. La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización	61
Tabla 26 Ítem 19. Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.....	62
Tabla 27 Ítem 20. Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado	63
Tabla 28 Ítem 21. La organización genera un buen clima laboral a sus empleados	64
Tabla 29 Ítem 22. Los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización	65
Tabla 30 Ítem 23. Aplica algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización	66
Tabla 31 Ítem 24. La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social	67
Tabla 32 Ítem 25. La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores	68
Tabla 33 Ítem 26. La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.....	69
Tabla 34 Ítem 27. La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.....	70
Tabla 35 Ítem 28. Incentiva a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales	71
Tabla 36 Ítem 29. Realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.....	72
Tabla 37 Ítem 30. Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad	73

Tabla 38 Descripción de la variable gobierno corporativo.....	74
Tabla 39 Descripción de la dimensión ética empresarial	75
Tabla 40 Descripción de la dimensión transparencia de información	76
Tabla 41 Descripción de la variable responsabilidad social empresarial	77
Tabla 42 Descripción de la dimensión económica	78
Tabla 43 Descripción de la dimensión social	79
Tabla 44 Descripción de la dimensión medioambiental	80
Tabla 45 Tabla cruzada del Gobierno corporativo(agrupado)*Responsabilidad social empresarial(agrupado).....	81
Tabla 46 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Económica (agrupado).....	83
Tabla 47 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Social (agrupado)	85
Tabla 48 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Medioambiental (agrupado).....	87
Tabla 49 Correlación entre gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial.....	89
Tabla 50 Correlación entre gobierno corporativo y Dimensión económica	90
Tabla 51 Correlación entre gobierno corporativo y Dimensión social	91
Tabla 52 Correlación entre gobierno corporativo y Dimensión medioambiental ..	92

Índice de figuras

Figura 1 Ítem 1. Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma	44
Figura 2 Ítem 2. Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica	45
Figura 3 Ítem 3. Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa	46
Figura 4 Ítem 4. Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas	47
Figura 5 Ítem 5. Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo	48
Figura 6 Ítem 6. La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.....	49
Figura 7 Ítem 7. Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.....	50
Figura 8 Ítem 8. Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.....	51

Figura 9 Ítem 9. Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders	52
Figura 10 Ítem 10. La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía	53
Figura 11 Ítem 11. La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.....	54
Figura 12 Ítem 12. Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera	55
Figura 13 Ítem 13. En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.	56
Figura 14 Ítem 14. Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.	57
Figura 15 Ítem 15. Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.....	58
Figura 16 Ítem 16. La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.....	59
Figura 17 Ítem 17. Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente	60

Figura 18 Ítem 18. La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización	61
Figura 19 Ítem 19. Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.....	62
Figura 20 Ítem 20. Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado	63
Figura 21 Ítem 21. La organización genera un buen clima laboral a sus empleados.....	64
Figura 22 Ítem 22. Los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización	65
Figura 23 Ítem 23. Aplica algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización	66
Figura 24 Ítem 24. La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social	67
Figura 25 Ítem 25. La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores	68
Figura 26 Ítem 26. La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.....	69
Figura 27 Ítem 27. La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.....	70
Figura 28 Ítem 28. Incentiva a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales	71
Figura 29 Ítem 29. Realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente	72

Figura 30 Ítem 30. Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad	73
Figura 31 Descripción de la variable gobierno corporativo	74
Figura 32 Descripción de la dimensión ética empresarial.....	75
Figura 33 Descripción de la dimensión transparencia de información.....	76
Figura 34 Descripción de la variable responsabilidad social empresarial.....	77
Figura 35 Descripción de la dimensión económica	78
Figura 36 Descripción de la dimensión social.....	79
Figura 37 Descripción de la dimensión medioambiental.....	80
Figura 38 Tabla cruzada del Gobierno corporativo(agrupado)*Responsabilidad social empresarial(agrupado)	82
Figura 39 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Económica (agrupado).....	84
Figura 40 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Social (agrupado)	86
Figura 41 Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Medioambiental (agrupado).....	88

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como título: “Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019”, se llevó a cabo en los supermercados localizados en el Distrito Cercado de Lima y se desarrolló en el año 2019. Tiene como propósito determinar la relación que existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. La metodología que se empleó es una investigación de tipo básica, nivel descriptivo y correlacional, el diseño es no experimental de corte transversal. La información fue recopilada y procesada a través de 36 cuestionarios aplicados a 12 supermercados en el Distrito Cercado de Lima para la recolección de datos que fueron procesados en el programa SPSS vs. 25. Los resultados obtenidos en la actual investigación muestran la relación entre Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019; con p. valor (sig.) de 0.001, el cual es menor a 0.005 por lo tanto, se procede a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. De igual modo un coeficiente de Tau_b de Kendall de 0.560, el cual se concluye, que Existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Palabras Claves: Gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial.

Abstract

This research work is entitled: "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Supermarkets in the Cercado de Lima District, period 2019", was carried out in supermarkets located in the Cercado district of Lima and was developed in 2019. Its purpose is to determine the relationship between Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Supermarkets of the Cercado District of Lima, period 2019. The methodology used is a basic type research, descriptive and correlational level, the design is not experimental cut cross. The information was collected and processed through 36 surveys applied to 12 supermarkets in the Cercado district of Lima for the collection of data that were processed in the SPSS program. 25. The results obtained in the current investigation show the relationship between Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Supermarkets of the Cercado de Lima District, period 2019; with P. value (sig.) of 0.001, which is less than 0.005, therefore, we proceed to reject the null hypothesis and accept the alternate hypothesis. Similarly, a Kendall Tau_b coefficient of 0.560, which concludes, that there is a direct and moderate relationship between corporate governance and corporate social responsibility for supermarkets in the Cercado de Lima District, period 2019.

Keyword: Corporate Governance and Corporate Social Responsibility.

I. INTRODUCCIÓN

Mundialmente, las empresas han estado teniendo problemas por un mal gobierno corporativo, ya que hay conflictos entre los socios y no hay una buena estrategia para su desarrollo económico lo que lleva a cabo que no haya productividad. Así como en México el incumplimiento de las normas de gobierno corporativo produce sanciones cada año, donde 86 empresas y personas físicas han recibido sanciones que superan 1 millón de pesos. Así como hablar de Responsabilidad Social Empresarial hace dos décadas no era conocido, pero hoy el concepto de que la empresa tiene que asumir un rol más dinámico en la configuración y consecución de las aspiraciones colectivas de progreso no es en nada extraño, sino más bien una condición de supervivencia para la propia empresa como institución económica y así se fue convirtiendo en una vía de legitimidad social para la empresa.

En Latinoamérica, diferentes naciones han dado a conocer códigos que las organizaciones proceden a incorporar dentro de sus tácticas de gobierno corporativo, con el objetivo de obtener mayor certeza en el uso de sus respectivas informaciones. El conflicto de interés que existe entre accionistas y administradores ha sido identificado desde hace tiempo por la doctrina como uno de los primordiales problemas de gobierno corporativo. Viendo la Responsabilidad Social Empresarial podríamos decir que alberga la capacidad para llegar a ser un elemento fundamental de las contrataciones en el entorno latinoamericano, por eso, es recomendable fortalecer su observación y cumplimiento, para hacerla más competente.

A nivel nacional, algunas empresas no cuentan con un gobierno corporativo. Actualmente existe un Código del Buen Gobierno Corporativo que tiene como propósito mejorar la impresión de las empresas hacia los inversionistas, para que eleve el desarrollo de las empresas, y ayude a la producción de beneficios económicos a nuestro país. En el Perú no existe una ley clara sobre la Responsabilidad Social Empresarial y las personas interesadas en acoplarse en este campo lo hacen sin algún tipo de control, tratando de administrar estrategias de aplicación de políticas en la misma.

La problemática de esta investigación es que en muchas empresas existen conflictos entre los administradores y accionistas, ocasionando que no haya confianza de los inversores y por ende genera un decrecimiento en la organización y la complejidad en las relaciones laborales. Un buen gobierno corporativo ayudara que haya una mejor disposición estratégica para poder cumplir con cada uno de los objetivos que se trazaron a futuro, aumentando la productividad de la organización. Tomando como población algunos Supermercados, analizaremos la Responsabilidad Social, parte importante del manejo empresarial, donde los esfuerzos por ser mejor no sólo se traducen en bienes económicos, sino en la imagen que la compañía genera con sus stakeholders.

El riesgo financiero puede ser adjudicado como una causante crucial, a las deficiencias y flaquezas en el gobierno corporativo, esto se da por los casos que existe división entre la propiedad de la empresa y su inspección. Además de la urgencia que tienen las empresas por mejorar en eficacia es evidente y por ello se toman decisiones inevitables, cuando los objetivos de la reforma tienen que ser claros. Los planes de Responsabilidad Social Empresarial deben estar en concordancia con la estrategia de una organización y con el bienestar de la comunidad que le rodea, así como con los intereses de otras asociaciones y organizaciones.

Si una empresa no adopta los adecuados hábitos de un buen Gobierno Corporativo se podría decir que todo el entorno empresarial (accionistas, administradores, etc.) está destinado a no obtener algo a cambio de su inversión, así como no gozarán de una mejor actitud de su entorno y eso indudablemente hará que sus posibilidades de mantenerse en el mercado en un largo plazo sean inciertas. Se sabe que la práctica de Responsabilidad Social Empresarial indica calidad en la gestión, por eso si las empresas no están bien gestionadas en materia social no disfrutarán de una buena gestión en conjunto y eso hará que la empresa no cuente con una reputación alta.

A través de un buen Gobierno Corporativo, en la empresa se produce coherencia y maximizas económicamente el valor de las acciones. Para ello, es recomendable armonizar los intereses que existen entre los órganos de la

estructura empresarial, así como imponer a las organizaciones normas de buen Gobierno Corporativo, ayudando a la protección del inversor dándoles la certeza de la buena administración de los recursos económicos de la compañía y sobre todo en la forma en la que está siendo dirigida o gestionada. En estos tiempos donde las organizaciones buscan ser más competitivas para que no sean aisladas del mercado, es muy importante que las mismas cuenten con fundamentos de responsabilidad social y gobierno, específicamente como la manera en que la entidad será gestionada para proteger y se hagan cumplir lo que buscan sus accionistas y todos los involucrados en ella.

El estudio realizado por Cruz, Escobedo y Villafuerte (2017), en su tesis titulada: *Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social en Empresas de la Bolsa de Valores de Lima*. Tesis para la obtención del título de Magister en finanzas corporativas y riesgo financiero de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tuvo como motivo esencial dar a conocer la impresión que logra las buenas prácticas de buen gobierno corporativo en la producción de valor financiero de las entidades del sector manufactura. Se ha llevado a cabo este trabajo de investigación, el cual tiene un nivel descriptivo, observando un enfoque cualitativo no experimental y longitudinal. Se llevó a observar la ganancia de valor aplicándose en cinco empresas del sector manufactura que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima. Se concluyó que cuando cumplies adecuados hábitos de buen gobierno corporativo no siempre se va a generar valor financiero en las organizaciones que lo ejecutan, sin embargo, conforma una gran ayuda en el crecimiento de las empresas. Considerando la responsabilidad empresarial en una compañía, permitirá obtener credibilidad en una sociedad llena de ambigüedad. De esta manera, se alcanzarán extender los beneficios que trasladará consigo al efectuar la responsabilidad empresarial en todas las áreas de una organización, conseguirá favorecer a la compañía externa e interna en su campo que se realiza.

Así mismo Baca, Gil, Troncos y Zamudio (2017), en su tesis titulada: *El Gobierno Corporativo y el Valor Financiero en el Sector Bancario en el Perú*. Tesis para la obtención del título de Magister en Administración Estratégica de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Consideró como finalidad

principal especificar la posible conexión que hay entre la aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo y el valor financiero originado en el sector bancario peruano. El método que se aplicó en esta investigación fue de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y no experimental transversal. Tomando la indagación de los informes de cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas y los Estados Financieros, que los 16 Bancos del sector alcanzaron a la Superintendencia de Mercado de Valores. La investigación se concluyó que el Gobierno Corporativo es indispensable ya que su apropiado uso contribuye a exhibir mercados más firmes y constantes, manifestar a la sociedad bancaria como un personaje idóneo que produce ganancias. Esto provocaría percibir financiamiento, captar capitalistas en la disposición que exista un ambiente de mayor seguridad y menor peligro.

Para De la Barra (2018), en su tesis titulada: *Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica*. Tesis para la obtención del título Magister en administración de negocios. Tuvo como finalidad general establecer la correlación que consta entre la Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los compradores de la industria farmacéutica del departamento de Lima. El método fue tipo básica de nivel correlacional y el diseño no experimental. La población se halló conformada por 1042590 personas, por tanto, se tomó como muestra a 385 farmacéuticos. Se empleó la técnica de encuesta, así como también el instrumento fue el cuestionario con un total de 35 ítems formulados. La investigación demostró que hay correlación entre las dos variables. Esto ayudara a que se construya, que las empresas desenrollen diversidades de trabajos de responsabilidad social por lo que no es obligatorio desplegar actividades filantrópicas sino además considerar al estimado público.

Según Román & Tarazona (2019). En su tesis titulada: *Responsabilidad Social Corporativa y la Gestión Administrativa de la Empresa Mega Concreto S.A.C., Huaraz-2018*. Tesis para la adquisición del Título profesional de Licenciada en Administración. Su primordial finalidad es comprobar la relación entre la responsabilidad social corporativa y la gestión administrativa de la empresa Mega Concreto S.A.C. El nivel del trabajo es correlacional y el diseño es

no experimental longitudinal. Este trabajo está dado como población de 50 trabajadores de la empresa, el cual se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Se concluye que tiene relación positiva entre el nivel de Responsabilidad Social Corporativa y la Gestión Administrativa de la empresa Mega Concreto S.A.C., por lo tanto debe de trabajar en la RSC en la sociedad con la finalidad de lograr un bienestar en el departamento de Ancash.

Redacta Osorio (2018), en su tesis titulada: *Gobierno corporativo y generación de valor en empresas del sector bancario, Distrito de Los Olivos, 2017*. Tesis para adquisición del título profesional de Contador Público. Su primordial finalidad es determinar el nivel de relación entre el gobierno corporativo y generación de valor en las empresas del sector bancario. Dicho trabajo se tendió bajo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental corte transversal de nivel correlacional. Asimismo, para ejecutar este estudio se cogió como población a 40 gerentes o jefes que gestionan en entes bancarios en el distrito de Los Olivos. Se realizó la recolección de datos a través de un cuestionario con 16 ítems, el cual fue procesado en el programa SPSS vs. 22. Finalmente se concluye que ya al emplear el gobierno corporativo avala un reconocimiento en el negocio, el cual concibe ganancias y ser reconocido a nivel mundial.

De igual manera De la Torre (2017), en su tesis titulada: *La Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible en el Parque Industrial del Cantón Ambato*. Tesis para la adquisición del Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional de la Universidad Técnica de Ambato. Su misión principal fue analizar el nivel de influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el Desarrollo Sostenible del Parque Industrial de Ambato. La metodología más adecuada, es decir un enfoque cualitativo y cuantitativo, modalidad de campo y bibliográfica, dentro de un nivel exploratorio y descriptivo, haciendo uso de la encuesta como técnica y del cuestionario como herramienta de recolección de información. Se concluyó que la Responsabilidad Social Empresarial se la considera como un mecanismo o una metodología para establecer un innovador ejemplo de gestión empresarial, cabe recalcar que con su adecuada aplicación se puede alcanzar un Desarrollo Sostenible que desean las comunidades en su conjunto. El cual su aporte señala

que al tener un modelo de gestión empresarial inadecuado provoca una incapacidad de crear oportunidades de trabajo, imposibilitando un Desarrollo Sostenible, debido a que aumentaría el desempleo y por ende se deteriora el nivel de existencia de los empleados y de sus similares.

Según Galarza (2015), en su tesis titulada: *La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial del Sector Curtiembres de la zona de planificación del Ecuador*. Tesis para la adquisición del Título en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A. de la Universidad Técnica de Ambato. Su primordial finalidad fue analizar el nivel de coherencia de la Responsabilidad Social en el desarrollo empresarial del sector Curtiembres. Tiene como metodología de tipo básica y nivel descriptiva. La población o universo que tomaremos en cuenta para este proyecto son las curtiembres encontradas en la Zona de planificación 3 del Ecuador, con el instrumento del cuestionario. Se establece la propuesta de querer dar un panorama total de indicadores en una muestra de balance social que favorezcan a la toma de decisiones apropiadas para apreciar un desarrollo empresarial conveniente.

Así mismo Tubón (2018), en su tesis titulada: *El gobierno corporativo y la rentabilidad de las Cooperativas del segmento 2 de la provincia de Tungurahua*. Tesis para la obtención de Maestría en Gestión Financiera de la Universidad Técnica de Ambato. Tiene como propósito analizar el impacto del Gobierno Corporativo en la Rentabilidad de las cooperativas del segmento 2 de la provincia de Tungurahua. Tiene como enfoque cuantitativo, modalidad de campo, nivel exploratorio con investigación descriptiva. La población está conformada por 4 cooperativas de ahorro y crédito de Ambato provincia de Tungurahua segmento 2, de las cuales la encuesta se aplica a jefes departamentales y directivos completando así 18 personas. La técnica que se utilizó es las encuestas con el instrumento del cuestionario. Se concluye que la gestión es importante para el ente del Gobierno Corporativo no es el indicado, por el cual el planteamiento de estrategias ayudaría a mejorar la gestión y obtener excelentes resultados a nivel de toda la organización.

For López & Bellostas (2017). In his research article entitled: Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance Practices in Spanish

Ethical Mutual Funds: Analysis of Investee Companies in Zaragoza's University. The purpose of this research is to examine the classes of entities conformed by portfolio of Spanish ethical value investment funds. It is descriptive, for this research, we have chosen to use accounting websites. It is concluded that the increase in personnel in the organization and the financial obligations will have to be adapted according to the investment. Which, corporate social responsibility and corporate governance are main instruments, with the purpose of ensuring the entity's preservability and raising funds.

According Cuba (2018), in his thesis titled: *Corporate social responsibility and its influence on the reputation of a company – a case study of Morgan Stanley*. Thesis in the fulfillment of the requirements of master's degree in International Business Economics of the Aalborg University. The aim of this thesis is to explore to what extent and how can CSR contribute to helping in influencing the reputation of a company active in the financial sector – in this case Morgan Stanley. To achieve this goal, I will review and examine the literature to find out what other scholars have covered with regards to CSR and corporate reputation. The method of this research considers both qualitative and quantitative. The main pillars for my empirical research were the documents and articles, which are all publicly available on the official sites of Morgan Stanley. It concluded, that is being indulged in the CSR activities can contribute to improving a company's competitive advantage over other competitors via development of an internal and external organizational image and reputation. He contributed that organizations that execute a good CSR obtain a better estimate in fame, integrated the cordiality, skillful suggestions, skilled personnel against the disturbances and among others; that is, better possibilities for buyers to manipulate their profits and trades.

Al llevar a cabo esta investigación se presentará algunas definiciones relacionadas a este estudio.

Muñoz (2011), redacta sobre el origen del gobierno corporativo:

Que los trances de Wall Street en 1929, fue el primordial anuncio de la obligación de aclarar y descubrir formas de que los dirigentes manifiesten a los socios por sus habilidades de negocios. A comienzo de la década de los 30 se dieron los primeros inicios de

los cargos que correspondería tener las asociaciones en la entidad; éstos acogieron los fundamentos para la impresión nueva de un buen manejo del GC.

El GC son grupos de pautas que regula los miembros del gobierno, entre ellos está la junta directiva, los accionistas y los administradores. Tiene como finalidad alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, opinando y tomando buenas decisiones para el ente, respetando el Código del Buen Gobierno Corporativo.

Méndez (2016), redacta que:

El Gobierno Corporativo como una filosofía corporativa en la cual se reúnen todos los agentes económicos involucrados con intereses particulares, que trabajen para una adecuada estrategia que retribuya económicamente a la compañía creando valor y competitividad a la misma, proporcionando una gestión responsable, ética y transparente principalmente en el manejo del informe (p. 6).

Es el procedimiento que demuestra como las compañías son conducidas y vigiladas, desarrollando un método eficiente que acople el vínculo entre sus órganos más importantes dentro de ella. Esto permitirá definir la relación por parte de todos los participantes de la empresa en la determinación de la dirección y la conducta con la que llevarán a alcanzar los objetivos propuestos.

Un buen nivel de Gobierno Corporativo asegura que las finalidades de una entidad se alcancen con claridad hacia los socios, eficiencia en los procedimientos, una ilustración de investigación interna y un apropiado manejo de los miembros de gobierno y del consejo administrativo.

Meljem (2018), menciona que:

Se habla acerca de la implementación de la función de auditoría interna, como un mecanismo de vigilancia con la suficiente objetividad e independencia, que certifica que la investigación producida por la alta dirección al Consejo de Administración, sea apto, conveniente y revele razonablemente la situación financiera de la organización. (p. 111)

El Gobierno Corporativo es un elemento muy importante si hablamos de mejorar la eficiencia y de crecer económicamente en una empresa, por ende, la confianza de los inversionistas crecerá. Para ello es importante la auditoría interna, ya que ayudará a vigilar con objetividad la información que reporta la alta dirección, con esto se comprobará si la información dada es suficiente y veraz.

M. Ríos, A. López y C. & López (2015), señalan que “La ética en el entorno empresarial emerge del deber de las empresas hacia la población, donde la moral predomina durante la labor diaria de las personas. Es por esto que es la esencia de toda la compañía” (p. 310).

La ética empresarial emerge del acuerdo de la entidad con la sociedad. Es decir estudia los principios éticos y morales de una sociedad, como también abarca las conductas personales y grupales de este.

Campomanes (2015), señala que:

Ética empresarial es perfeccionar los atributos humanos de las entidades para alcanzar actuaciones más eficientes y más beneficiosas. En nuestra opinión, la conjunción de la aptitud (el conocimiento, la técnica y la experiencia) y la actitud (la excelencia de los valores y los compromisos éticos) junto con la activación de la conciencia ética empresarial permite distinguir mejor la respuesta empresarial. Y por lo tanto, apoya a profesionalizar las respuestas que los directivos y los empleados originan ante los desafíos que se afrontan en sus labores cotidianas. (p. 39)

La ética empresarial ayuda a perfeccionar la entidad teniendo conductas eficientes y rentables. Este se ocupa de los manejos de las prácticas del gobierno en los miembros de elección más resaltante de las compañías, en las instrucciones y reglas para constituir la ética en el mandato cotidiana.

D. Jiménez & E. Jiménez (2016), redactan que:

Influyen las características dentro de la compañía, positiva o negativamente, esto se da ya que el entorno siempre está activo a marcar las cualidades de las personas, a raíz de la ansiedad por la comunidad de los empleados es por ello que da la fatalidad de

estudiar el clima laboral, es por eso que al principio no se le daba tanta importancia como ahora, puesto que como va pasando el tiempo pueden presentarse mayores necesidades y siempre tratar de dar soluciones. (p. 28)

Tener un apropiado ambiente ético abarca poseer una organización con buen compañerismo, trabajo en equipo y solidarios con todo el miembro que la conforma. Es importante esto, ya que si hay estas características positivas la entidad obtendrá mayor rentabilidad.

Maldonado (2016), señala que “Un ambiente de trabajo objetivo y encaminado a facilitar el compromiso automáticamente mejora la producción, desarrolla la moral y el gozo entre los trabajadores”.

Obtener apropiado ambiente ético facilita el trabajo laboral ya que mejora la productividad, aumentando la moral y satisfaciendo a los trabajadores; como también ellos se sienten a gusto teniendo una buena organización trabajando en equipo, donde todos participan dando opiniones para mejorar empresa.

Almeida & Porto (2019), señalan que "se deriva de un conjunto de experiencias interconectadas con políticas, prácticas y procedimientos organizacionales y observaciones de lo que se recompensa, apoya y espera en la organización" (p. 4).

Este tema se refiere a que en una empresa los hechos que se presentan relacionadas con las prácticas o situaciones que se esperan de la organización sean positivas.

Chernyak & Tziner (2014), redactan que “El clima ético proporciona pistas a los empleados sobre el comportamiento apropiado en un determinado entorno de trabajo. Específicamente, se supone que los empleados tienen menos probabilidades de exhibir comportamientos poco éticos si el clima ético enfatiza los comportamientos éticos” (p. 4).

Este tema se especifica como las apreciaciones simultáneas de los colaboradores sobre lo que es la faena éticamente correcta y cómo los temas éticos deben ser aplicados.

Tzinera, Feleab & Vasiliu (2015), indican que “El clima ético no se ocupa de supuestos básicos de la organización, que pueden considerarse elementos centrales de la cultura organizacional, sino que se relaciona con creencias y valores agregados definidos por las múltiples percepciones de los empleados” (p. 52).

El clima ético son las percepciones compartidas de los trabajadores con respecto a las políticas, prácticas y procedimientos que se aplican dentro de la organización.

Zúñiga & Sandoval (2016), redactan que:

Proporcionar, directa o indirectamente, características falsas o engañosas respecto de la oferta o demanda de un valor o instrumento financiero por medio de transacciones, propuestas o difusión de información falsa o engañosa; que suban o bajen el precio, aumenten o compriman su liquidez. (p. 3)

La divulgación de información entre los trabajadores, informa reportes de las situaciones económicas engañosas o falsas respecto al valor que tiene la empresa para poner en riesgo esta entidad, llevándolo a la quiebra.

Drucker (2015), señala que “el reconocimiento que los stakeholders de una corporación hacen de su manera corporativa –realidad– en función del desempeño de sus compromisos y la complacencia de sus perspectivas”.

La reputación en una corporación es el vínculo de apreciaciones que se poseen en la entidad en distintos stakeholders que se incumben, como consecuencia de los comportamientos desarrollados a lo largo del período y de su porte para distribuir valor a los indicados grupos.

Marquina, Arellano & Velasquez (2014), indican que “La reputación corporativa se desenvuelve a disposición que se extiende la indagación sobre las actividades y logros de la organización, y se producen interacciones entre la organización y sus partes interesadas (proveedores, vendedores, competidores, clientes, inversores, empleados y comunidades locales)” (p. 55).

Este tema se da con relación a las actividades de la empresa y sus respectivos logros, dándose interacciones entre ellos con sus grupos de intereses respecto a opiniones acerca de la organización.

Alcalá (s.f), redacta que:

Prestigio afianzado y establecido que una compañía obtiene ante todos sus stakeholders. Esa popularidad debe estar fijada en la respuesta terminada y oportuna tanto técnica como ética de las obligaciones asumidas por la empresa y cada uno de sus elementos por lo que se describe principalmente a los fines de la corporación.
(p. 3)

Esta dimensión es la plasmación de la imagen corporativa de una organización cuando ésta es la secuela de una conducta corporativa grandiosa, conservando a lo extenso del tiempo, que le otorga un carácter ordenado ante sus stakeholders estratégicos.

Flores & Roza (2014), redactan que “La conformación del gobierno corporativo debe afianzar que se dé a conocer con exactitud y acertadamente los temas materiales tratados al ente, añadiendo el estado financiero, capacidad, dominio y la gobernación de la organización” (p. 13).

Dichas empresas tienen que tener un gobierno responsable y capaz de asegurar que su información sea precisa y oportuna, para así poder tomar las decisiones convenientes.

Manual teórico práctico del Curso de Transparencia de Información (2017), redacta que:

Este es un elemento que busca corregir el camino a la información de los interesados. En ese sentido, los bancos inscritos en la BVL tendrán que ofrecer información clara y puntual respecto a los bienes y servicios brindados, con la finalidad de que los consumidores entiendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y puedan establecer medidas de consumo indicadas y de carácter responsable. (p. 7)

La transparencia de información indaga mejor acceso a la información de usuarios, el cual manifiesta información clara respecto a los servicios y productos que se brindan, con la finalidad que los miembros de la organización visualicen los beneficios como riesgos que se puedan dar a través de la empresa, para poder tomar decisiones certeras.

Guzmán & Trujillo (2012), señalan que:

la revelación de información establece un componente adicional que procura disminuir los problemas entre las sociedades y sus grupos de interés, buscando generar un juicio más profundo del contexto económica de la organización, los diseños de compensación de sus directivos, las opciones de inversión que puede y opta elegir, y su desarrollo más fuerte, entre otros.

La revelación correcta de información se encarga de disminuir conflictos económicos que pueda tener la empresa con sus grupos de intereses o stakeholders, para poder elaborar la situación financiera de esta, ya que da una información certera de este reporte.

La OECD (2016), menciona que “Se propone difundir información suficiente y lo bastante exhaustiva como para informar completamente a los inversores sobre los riesgos materiales y previsibles que afectan a la empresa”. (p. 46)

Da información certera y bastante informativa para los integrantes del ente, con el fin de tomar decisiones y prevenir posibles riesgos que tenga la empresa o para desarrollar la utilidad de la misma.

Bonás (2017) redacta que:

La gestión contable debe cumplir una persecución definida a toda operación que presuma la circulación de bienes o dinero en la sociedad. Para esto se observan diversos caminos como el registro de facturas, gastos, bienes de inversiones y orden de bienes, etc.

Adecuado uso de la gestión contable se visualiza la economía de la compañía a través del movimiento de dinero o bienes en actividad corporativa,

antes de ello, debe de seguir ciertos procesos para obtener la situación financiera de la entidad respetando los principios contables.

Abolacio (2019), señala que:

La información contable estará integrada por el conjunto de reportes de carácter económico y financiero que procura revelar la situación de la compañía, de manera que se aproveche como base explicativa para la toma de decisiones a los diferentes agentes interesados. Dicha investigación se generará a través del sistema contable establecido en la empresa.

Adecuada aplicación de la gestión contable está conformada por informes económicos y financieros que muestra la empresa la situación en que está, esto sirve para tomar la resolución de la organización para tener una empresa productiva.

Kokemuller (2018), menciona que:

Los informes contables son estados financieros realizados por contadores o por despachos para revelar el contexto económico de una compañía en un tiempo determinado. Los administradores manejan reportes contables para ayudarse en la toma de decisiones, los accionistas los manipulan para tomar decisiones de inversión y los proveedores los emplean para apreciar el contenido de crédito de sus consumidores. Existen cuatro reportes contables y estados financieros que frecuentemente las sociedades realizan y que son comunicados públicamente por empresas que contribuyen en bolsas de valores.

La validez de los reportes contables es que los estados financieros debe demostrar claridad ante la situación financiera y económica de la entidad, ya que sirven para tomar decisiones de los miembros del gobierno corporativo si es que invierten en más activos para obtener mayor ganancia y los proveedores lo emplean para analizar el contenido de solvencia de los clientes.

Ganga, Ramos, Leal & Valdivieso (2015), determinan en la Teoría de Agencia:

Que acorde a esta propuesta, el gobierno corporativo es un instrumento que tiene como fin distribuir las gestiones adaptables del Agente formando las metas que corresponde el primordial de las pertinentes entidades, sometiéndose en consecuencia una herramienta segura que permite formar intereses sigilosos. Por consiguiente, la meta final de este instrumento, asimismo en alguna clase de correlación, es corregir los diferentes intereses que manifiestan, disminuyendo la posibilidad de las conductas ventajistas e impedimentos de los dirigentes. Por lo tanto, corresponde encontrarse una adecuada cantidad de mecanismos y estos instrumentos de control tienen que actuar a la medida. (p. 16)

Escobar, Benavides & Perafán (2016), señalan en la teoría del servidor (Stewardship):

Que la utilidad de los gestores y de los socios de las empresas están alineados, en vista de que los administradores son confiables, les preocupa su reputación y su utilidad aumenta al actuar en beneficio de las empresas; estos hechos les impiden ir en dirección de los intereses de los accionistas. (p. 213)

Córdova (2015), afirma que la Teoría de Recursos y Capacidades:

Es un instrumento que accede a reconocer las fortificaciones y debilidades internas de una empresa, especificando cuáles de los recursos y capacidades bajo control de la entidad tienen las cualidades apropiadas para establecer y almacenar su superioridad competitiva. Dicha teoría distingue en los patrimonios y capacidades superiores las fuentes de ventaja competitiva sostenible, estos recursos deben ser preciados, escasos, deficientes e imperfectos, insustituibles. (p. 4)

Peribáñez & Sánchez (2016), señalan acerca del origen de la responsabilidad social empresarial que:

Lo primordial que se considera en la literatura, es que los conceptos que están relacionados con la responsabilidad social han estado

comprendidos en la controversia desde sus orígenes. Algunos autores descubrieron las primeras aproximaciones durante el periodo de 1930 aunque manifieste más apropiado señalar los años 50 como el momento de comienzo del debate. El termino fue divulgado por el economista norteamericano Howard R. Bowen por medio de su libro Social Responsibility of the Businessman, difundida en 1953. (p. 19)

La responsabilidad social empresarial es la aportación que tiene en el desarrollo humano, ya que tiene un compromiso con sus trabajadores y con la sociedad, tiene como objetivo perfeccionar el progreso financiero y la particularidad de duración de la comunidad.

Puentes, Antequera & Velasco (2018), señalan que

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa abarca tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Económica, que busca la producción de valor para sus interesados; social, respetando a la sociedad sus hábitos, su educación y valores que lo favorecen; por ultimo Medioambiental, que realiza el trabajo sobre el ecosistema y la diversidad biológica. (pp. 6 - 7).

Esta responsabilidad está conformada por tres aspectos: dimensión económica, dimensión social y dimensión medioambiental. El estudio de estas dimensiones ayudará a que cada empresa pueda determinar su estrategia en base a sus posibilidades y su propio contexto.

La responsabilidad social empresarial, es un tema muy sobresalido en el siglo XXI, ya que es una nueva forma de gestión, el cual se orienta al cuidado ambiental, las condiciones laborales de sus empleadores y el apoyo a comunidad.

López, Perusquía, Valladares, Villalón & Ramírez (2015), señalaron que, “Esto compromete realizar en los ámbitos sociales, laborales, medioambientales y derechos del hombre, respetando algún hecho espontaneo que la compañía requiera para perfeccionar la calidad de vida de sus trabajadores, las sociedades en las que se involucra”. (p. 3)

La responsabilidad social empresarial debe realizarse obligatoriamente con la normativa mundial en las dimensiones de la RSE, como social, medioambiental y económico. Esto tiene la finalidad de corregir la calidad de persona en sus obreros como en el entorno social.

Puentes, et al. (2018), señalan que “A partir del enfoque económico, la Responsabilidad Social Corporativa tiene como objetivo maximizar valor para todos sus interesados dentro de una organización” (p. 10).

La perspectiva económica de la RSE tiene como objetivo aumentar la utilidad de la compañía generando bienestar a los grupos de intereses. Es decir, esta dimensión se encarga de la información financiera del ente, como al mismo tiempo de la calidad de los servicios como los salarios y beneficios de los trabajadores, asimismo la implementación del empleo.

Nájera (2015), señala que:

Respecto a la dimensión económica nadie tiene duda que una empresa busca generar riqueza, sin embargo, esto se interpreta complejamente donde se involucra la innovación por lo que interviene que la empresa sea más potencial, permaneciendo en la demanda y por ende generar utilidad, asimismo el movimiento financiero tiene el compromiso de progresar en consideración a que sea útil en capitales y en el desarrollo del patrimonio absoluto.

Esta dimensión se encarga de que la empresa este establecida económicamente, como también sea más competitiva a nivel nacional como internacional y como finalidad obtenga valor. En otras palabras, busca maximizar los beneficios económicos del ente como obteniendo la maximización del valor de la empresa.

García, Quintero & Arias (2014), señalaron que “Se podría definir la Capacidad de Innovación como un conjunto de características propias de las empresas, que se entienden como virtudes o cualidades por el cual se consigue una principal capacidad profesional, por medio de un buen mandato” (p. 91).

La capacidad de innovación está conformada por las capacidades o habilidades de los trabajadores, que tienen como finalidad obtener un mejor

desempeño competitivo. Ya que, habiendo un mejor clima laboral, con trabajadores con altas habilidades, la empresa podría maximizar su estado económico.

Correa, Gómez & Londoño (2018), mencionan que:

La percepción de generación de valor ha empañado ímpetu en la rama de las finanzas y se ha transformado en la trascendental tarea que se traza a obtener mediante las prácticas efectuadas principalmente por la administración de la empresa, ya que incurre llanamente en la manera como se consiguen las utilidades y como son repartidos en todas las longitudes que circundan la compañía, tanto a nivel céntrico como exterior.

La generación de valor es un tema sumamente financista y es la primordial misión que quieren alcanzar las empresas por medio de sus técnicas implantados por su órgano administrativo, porque son los principales interesados en que se obtengan ganancias para ser distribuidas en toda la organización interna y externamente.

Gómez & Palafox (2014), redactan que:

La generación de riqueza debe entenderse de dos formas: económica y humana. El administrador, sin afectar sus valores honestos u opiniones creyentes, esencialmente tiene un objetivo económico (que podría ser su ideal y principal fin) pero si aplica el valor del individuo en su compañía, el obrero se implica más, realiza mejor sus responsabilidades, se considera importante en la asociación, y por tanto se formara una gran caudal económico (lo que el apoderado quiere lograr al iniciar una organización) y que se extiende entre las distintas áreas de la empresa, quienes recogen recompensas por su voluntad; esto crea un patrimonio humano que encumbra la seriedad de los individuos que ayudan en la compañía.

Generar valor menciona tanto a los elementos económicos como también cultural. Las personas interesadas en obtener ganancias también miran el lado del valor humano en sus empleados para sentir más su compromiso, su

responsabilidad, etc., por ende, ayude a generar más riquezas económicas dentro de toda la organización.

Parra, Guzmán & Chamorro (2018), señalan que:

Para instaurar valor en las empresas, las tácticas han de ser acordes y compuestas en las disposiciones que perturban el cometido financiero y en los componentes manejados para la misión financiera. Igualmente, la creación de valor pretende estar fino a las alteraciones en el ambiente, alcanzando así un equilibrio en la organización entre las disparejas tácticas y su permisividad en la exploración permanente de competencia.

Las empresas que quieran generar valor constantemente, deben ser directas en las decisiones que pongan a su entorno financiero. De esta forma la creación de valor tiene que estar fino a las distintas variantes que hay en su entorno, para lograr una solidez y flexibilidad competitiva en su organización.

Puentes, et al. (2018), redactan que:

Desde la perspectiva social, el compromiso de la colocación estar por una parte efectuando con los requerimientos lógicos en esta disciplina, en otras palabras, adecuarse a los hábitos y ciencia de la comunidad con la que se relacionan. De otro punto de vista, es muy relevante ayudar a la riqueza de la compañía por medio de la procreación de empleo efectuando aportes económicos para los socios de beneficio mundial, colaboración en sucesos y acontecimientos socioculturales, etc. (p. 10)

La dimensión social de la RSE, debe cumplir el mandato legal, asimismo debe adaptarse a la cultura y las costumbres del entorno social. Además, se encarga de cumplir con los derechos humanos, la seguridad y salud de los empleados como de sus familiares, es decir, de la sociedad que nos rodea.

Nájera (2015), determina que:

En cuanto a la materia social, éste nace en el respeto riguroso del régimen profesional, de manera que los empleados tengan

aseguradas unos ambientes decentes de trabajo, pero con el paso del tiempo el significado de Responsabilidad Social Empresarial ha aumentado, cercando semblantes como la misión del capital humano y la conciliación al cambio

Esta dimensión es estricta en la realización de la legislación laboral, ya que los empleados son beneficiados por la preocupación del ente de su bienestar de estos. En otras palabras, es la interacción de la empresa con su comunidad, ya que creara un adecuado ambiente laboral. Si los empleados se sienten cómodos en su trabajo, los resultados serán beneficiados para la empresa.

Bernal, Pedraza & Sánchez (2015), redactan que “el clima organizacional es un vínculo de aspectos que relata sobre el ambiente de trabajo de una empresa y que obliga a ejercer resultado sobre las conductas, la vinculación y las condiciones de sus trabajadores” (p. 9).

Este indicador está compuesto por las características que determinan el ambiente laboral del ente, como también las conductas del personal. Es importante tener un buen clima organizacional, puesto que los personales de trabajo se sienten en confianza y tendrán buenos beneficios económicos la empresa, es decir aumentara su productividad, con la buena organización al tomar decisiones adecuadas.

Menéndez, Peña, Fonseca & Muñiz (2017), determinaron que “el clima organizacional es el grupo de impresiones cooperadas por los empleados en un ambiente de trabajo determinado. Es indispensable plantear esta teoría en el estudio de las conductas individuales y grupales que suceden dentro de las empresas” (p. 153).

El clima organizacional son las reacciones que toman los trabajadores en su ambiente laboral. Es importante realizar este método sobre las conductas individuales y grupales que pasan dentro de las organizaciones.

Della & Domingo (2018), señala que:

Se difunde a lo particular y la atención se basa en cómo se sienten las personas dentro del entorno en el que están, si se consideran idóneos y con el compromiso de tomar decisiones para los

organismos que diariamente residen, si tienen una impresión de pertenencia a la colectividad, sus valores y creencias, si verdaderamente se atinan orientados sobre lo que acontece realmente en el entorno en el que están y, por otro lado, si se sienten residentes con derechos y capacidad de contribuir algo a la humanidad. (p. 287)

El bienestar social trata de los distintos puntos que intervienen en la circunstancia de vida de la sociedad dentro del entorno ambiental, viendo la consideración de sus valores y creencias para la toma de decisiones en las corporaciones que habitan, si se encuentran informados de lo que pasa en su comunidad y entorno tratando de aportar soluciones.

Según Puentes, et al. (2018), señalan que “Las organizaciones tienen que prevenir alguna colisión medioambiental en su trabajo a nivel general. Tendrá que tomar en cuenta este choque va desde la compra y utilización de los productos también de la comercialización y siguiente uso de los mismos” (p. 11).

La dimensión medioambiental se encarga de cuidar el medioambiente previniendo los impactos de la actividad que pueda tener la empresa. Por consiguiente, se debe de tomar en cuenta el cumplimiento de las normas que protegen el medioambiente como creando proyectos reciclables que puedan incentivar a los trabajadores, en el cuidado de esto, para poder tener un medioambiente limpio.

Nájera (2015), menciona:

Que no se consigue permitir una organización razonable si ésta no es cumplida con el ambiente que se realiza su actividad, es decir no basta con obedecer el código, además que se necesita adicionar valor y asumir responsabilidades que detallen la totalidad de sus labores, también los semblantes ambientales no se consiguen ajustar al ambiente espacial más o menos extenso en donde se encuentran sus infraestructuras, sino que se debe tener un signo mundial.

Esta dimensión redacta que, si una empresa no es responsable con el medioambiente, la empresa no será competitiva ni tendrá productividad, ya que no se preocupa por la salud humana. El cual, tiene como finalidad beneficiar la protección del medioambiente. Dicho de otra manera, es el impacto que causan los procesos de los bienes o servicios del ente, hacia el medioambiente general (agua, aire y suelo).

Ramírez (2015), redacta que:

En los últimos años los problemas ambientales pasaron a ser dificultosos escenarios a partir de los cuales se extienden muchas reflexiones sobre las condiciones que confronta la humanidad nueva. Los efectos desfavorables más importantes provenientes de la inclusión de acontecimientos especializados el cual como ejemplo dan proceso al consumo y la utilización de los bienes ecológicos han ocasionado una visión inestable que coloca en riesgo la correcta base material de los seres humanos. (p. 294)

Los problemas ambientales están dados ya hace muchos años, donde son provocadas por la mayoría por el ser humano, pero otros son causados por el cambio climático, donde estos problemas ponen en peligro a los animales y las plantas, ya que ahora se percibe en el planeta tierra que ya no cuenta con muchas áreas verdes ni tierra.

Montesinos (2018). "En la actualidad nos encontramos con una rigurosa crisis ambiental a causa de nosotros mismos. Esto nace desde la contaminación de un cauce al cambio climático del planeta y el cual pone en riesgo la permanencia de los seres vivos en la tierra" (p. 3).

Estos problemas ambientales son muy preocupantes para la sociedad, ya que no contamos con una buena asesoría de cómo cuidar el medio ambiente de forma adecuada, es por ello que hay tanta contaminación de parte de los seres humanos, y eso provoca el cambio climático ya que la capa de ozono se está desgastando y ya no se cuenta con mucha protección, es por ello que el ser vivo están en peligro. Asimismo, los animales ya se están extinguiendo por los problemas ambientales que ocurren hoy en día.

Jiménez, Yebra & Guerrero (2015), menciona que:

Da a conocer la interacción que existe en los ecosistemas. Se ocupa de la sucesión y factores físicos, químicos y biológicos, su enlace y participación entre sí dentro del Medio Ambiente, con la finalidad de dar a conocer nuestro entorno y evolucionar hacia una cultura mejor donde nosotros apliquemos en los procesos productivos métodos más limpios, respetuosos y sostenibles. (p. 1)

La educación ambiental instruye el cambio que hay entre los ecosistemas, ocupándose de los respectivos procesos y factores materiales, artificiales y orgánicos, interviniendo en el entorno global con la finalidad de saber cómo afrontar cambios de cultura donde el hombre tome conciencia y aplique procesos productivos relevantes.

Biasoli & Sorrentino (2018), determinan que “La educación ambiental es tomada en cuenta como una estrategia, además de las aspiraciones y presentaciones específicas para tener una mayor eficacia en la disputa hacia los aprietos ambientales y la civilización” (p. 1).

La educación ambiental tiene que ser tomada como una política para aspirar a tener una mayor operatividad contra los problemas ambientales y de cultura.

De la Cuesta & Cueto (2017), en la teoría del valor para el accionista, como enfoque instrumental, señala que:

La RSE aumenta las ganancias para sus socios, dentro de la legalización y las tradiciones éticas de la nación; por eso las compañías solo tienen que inquietarse en conseguir más beneficios económicos en la adaptación de valor para el capitalista.

De la Cuesta & Cueto (2017), en la teoría de los grupos implicados, como enfoque instrumental, redacta que “la RSE se somete a alguna demanda de la sociedad o de los grupos de interés o llamados también stakeholder”.

De la Cuesta & Cueto (2017), en la teoría de la ciudadanía empresarial, enfoque político, señala que “la compañía tiene la obligación de abarcar a toda la

comunidad y poseer compromisos generales, vale decir igualdad, dictamen social y seguridad de sus empleados, por este motivo los procedimientos ayudan de manera socialmente comprometida a la comodidad de las sociedades en las que se sitúan”.

La actual investigación tiene como propósito exponer el siguiente problema general:

¿Qué relación tiene Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?

Se manifiesta los siguientes problemas específicos:

¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?

¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?

¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?

Referente a la justificación teórica:

El actual trabajo se demuestra la importancia de hallar la relación que existe entre gobierno corporativo y la reciprocidad que milita con la responsabilidad social empresarial, con la finalidad de prevenir los posibles riesgos. Es importante que por medio de esta investigación se pueda dar a conocer la estimación de tener un buen gobierno corporativo, ya que implica cumplir los objetivos propuestos aumentando su crecimiento y estabilidad económica. Como también recalcando la jerarquía de la responsabilidad social empresarial puesto que, si la entidad se preocupa por el cuidado de medioambiente y el bienestar de sus trabajadores y de la sociedad, será una empresa conocida y requerida por sus buenos valores, el cual obtendrá buenos beneficios económicos.

Alusivo a la justificación práctica:

El presente trabajo se desempeñó en los Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019, siendo esencial contar con la implicancia de los administradores o supervisores para poder saber cómo está dado su gobierno corporativo y si es una organización socialmente responsable que busca mediante la perspectiva económica aumentar la utilidad generando bienestar a los clientes, el acuerdo con la comunidad desde la perspectiva social y prevenir los impactos de las actividades que tengan la empresa mirando la perspectiva medioambiental. En consecuencia, se visualizó como está dado su rendimiento económico y si es que aplica las prácticas del gobierno corporativo.

Relacionado a la justificación metodológica:

En esta investigación para obtener los resultados, se empleó el método científico para generar nuevo conocimiento, por ende se aplica el instrumento de la recolección de datos, mediante los cuestionarios se realizarán en los supermercados, con el propósito de desempeñar los objetivos generales fundamentados, por lo que nos ayudará a adquirir datos de qué manera se relaciona el gobierno corporativo entre la responsabilidad social empresarial. Dichas encuestas están dadas por 30 ítems, es decir 15 ítems por cada variable. Luego será procesado los resultados por el programa SPSS vs. 25.

Esta investigación tiene como hipótesis general:

Gobierno Corporativo se relaciona con Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Y para las hipótesis específicas:

Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Se tiene como objetivo general:

Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Dado los siguientes objetivos específicos:

Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Enfoque.

El vigente estudio es de enfoque cuantitativo, puesto que los resultados que se adquieren después de aplicar los cuestionarios a la muestra del estudio, el cual son calculados numéricamente, utilizando como instrumento de apoyo el software estadístico SPSS vs. 25, es decir que cada variable es evaluada y consiguiendo un valor de respuestas que definen la relación existente o no existente entre el gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

“Recorre a la recopilación de datos para examinar suposiciones con fundamento en el cálculo numérico y el examen estadístico, con la intención de establecer modelos de conducta y experimentar teorías” (Hernández et al., 2014, p. 4). Por esta razón, podemos comprender que el estudio a desempeñar debe seguir un rango de pautas, ya que es imprescindible para conseguir los resultados que aspiramos, y examinar si existe la relación o no entre ambas variables a estudiar.

2.1.2. Tipo.

El reciente estudio es de tipo básica, o también llamada pura, puesto a que se busca suplementar las investigaciones ya existentes el gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial, con la finalidad de que este estudio elaborado sirva como refuerzo en un futuro para la mejora de estos temas indispensables a nivel mundial.

Esta investigación se le llama al análisis de una incertidumbre o problema, destinado únicamente a la producción de conocimientos y teorías. La materia pura son las que disponen a entender las reglas generales de los problemas investigados, fabricando hipótesis de mayor alcance para llegar a incluirlos, y que se omitan en el

momento de las probables prácticas que se pueda dar a las derivaciones con el fin de obtener la verdad. (Baena, 2014, p. 11)

2.1.3. Nivel.

El actual trabajo es de nivel descriptivo, el cual se llega a conocer los hechos y actitudes de esta información, a través de la presentación de los objetivos y personas, y como también correlacional, debido a que establece la relación entre las dos variables de estudio; con la finalidad de recoger datos para la hipótesis de esta investigación.

Este tipo inspecciona precisar las cualidades, los detalles, las características de las personas, de un grupo de sucesos o alguna otra incertidumbre que necesite de un estudio y una observación. En primer lugar, procura buscar y medir indagaciones independientes y también generales de cada idea, pero no va indicar la posible relación de las dos variables a estudiar. (Hernández et al., 2014, p. 92)

2.1.4. Diseño.

El actual trabajo es de diseño no experimental, en vista que no se maniobra de modo intencionada las variables, dicho de otra manera, no se modifica la primera variable, gobierno corporativo ni la segunda variable responsabilidad social empresarial.

“Las variables no se aplican premeditadamente, se basan en sucesos que ya surgieron en la realidad sin la contribución natural del investigador” (Hernández et al., 2014, p. 152).

2.1.5. Corte.

El estudio es de corte transversal debido a que agrupa datos de variables para analizarlas y ver la relación en un periodo fijo sobre la cantidad de supermercados.

“El corte transversal recoge datos en una única posición, con la finalidad de que se describan las variables y se analicen sus acontecimientos en el preciso momento” (Hernández et al., 2014, p.151).

2.2. Operacionalización de variables

Variable 1: Gobierno Corporativo

Méndez (2016), redacta que:

El Gobierno Corporativo como una filosofía corporativa en la cual se reúnen todos los agentes económicos involucrados con intereses particulares, que trabajen para una adecuada estrategia que retribuya económicamente a la compañía creando valor y competitividad a la misma, proporcionando una gestión responsable, ética y transparente principalmente en el manejo de la información. (p. 6)

Variable 2: Responsabilidad Social Empresarial

Puentes, Antequera & Velasco (2018), señalan que:

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa abarca tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Económica, que busca la instauración de valor hacia sus interesados; social, respetando a la sociedad sus hábitos, su educación y valores que lo favorecen; por ultimo Medioambiental, que realiza el trabajo sobre el ecosistema y la diversidad biológica. (pp. 6 - 7)

2.2.1. Cuadro de operacionalización

Tabla 1.

Operacionalización de variables

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Gobierno Corporativo se relaciona significativamente con Responsabilidad social empresarial de Supermercados del distrito de Cercado de Lima, periodo 2019.	Gobierno Corporativo	Méndez (2016), el Gobierno Corporativo como una filosofía corporativa en la cual se reúnen todos los agentes económicos involucrados con intereses particulares, que trabajen para una adecuada estrategia que retribuya económicamente a la compañía creando valor y competitividad a la misma, proporcionando una gestión responsable, ética y transparente principalmente en el manejo de la información (p. 6).	El Gobierno Corporativo está dividido por dos dimensiones de las cuales son: ética empresarial y transparencia de información.	Ética empresarial	Apropiado ambiente ético	1 – 2 – 3	Likert
					Difusión de la información entre los trabajadores	4 – 5 - 6	Likert
					Reputación corporativa	7 – 8 - 9	Likert
				Transparencia de información	Revelación correcta de información	10 - 11	Likert
					Adecuada aplicación de la gestión contable	12 - 13	Likert
					Validez de los reportes contables	14 - 15	Likert

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
	Responsabilidad social empresarial	Puentes, Antequera & Velasco (2018), El concepto de Responsabilidad Social Corporativa abarca tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Económica, que busca la creación de valor para sus interesados; social, respetando a la sociedad sus hábitos, su educación y valores que lo favorecen; por ultimo Medioambiental, que realiza el trabajo sobre el ecosistema y la diversidad biológica. (pp. 6 - 7).	La Responsabilidad social empresarial está dividida por tres dimensiones, entre ellas están: Económica, social y medioambiental.	Económica	Creación de valor	16 - 17	Likert
					Capacidad de innovación	18 – 19 - 20	Likert
				Social	Clima Organizacional	21 – 22	Likert
					Bienestar Social	23 – 24 - 25	Likert
				Medioambiental	Problemas ambientales	26 – 27- 28	Likert
					Educación ambiental	29 - 30	Likert

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población.

El actual estudio está constituido por los jefes, administradores y supervisores de supermercados del distrito de Cercado de Lima, con el informe brindado por la Municipalidad Metropolitana de Lima, los supermercados a investigar son de 12 establecimientos.

“Es un grupo de individuos, seres u elementos a los que se aluden los efectos del estudio” (Universidad Naval, 2014).

2.3.2. Muestra.

Según la Universidad Naval (2014) “Debe ser peculiar en cantidad y calidad; la cantidad será con fundamento a métodos estadísticos y la calidad cuando agrupa las particularidades esenciales de la población en relación con la variable a estudiar”.

Este trabajo tiene como muestra de tipo censal, ya que en el presente estudio se toma en cuenta a todas las organizaciones de la población, teniendo como muestra a los 36 representantes de los supermercados del Distrito de Cercado de Lima.

Criterio de inclusión: Esta investigación se tomó en cuenta a 3 personas por cada Supermercado del Distrito de Cercado de Lima, entre ellos se eligieron a supervisores y administradores.

2.3.3. Muestreo.

Este presente estudio se ha utilizado el tipo de muestreo no probabilístico.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos.

En la actual investigación se realiza como práctica de recaudación de datos a la encuesta, el cual permite recolectar datos de las variables.

“Es la labor que se apoya en recoger la suficiente información en un determinado contexto. Tras esto, llegaremos a la oportunidad de procesar los

datos, que se abarca en emplear todo lo acumulado para transformarlo en estudios productivos” (Maldonado, 2015).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento de esta exposición es el cuestionario, ya que permite recopilar información de forma confiable y válida, de acuerdo a la escala de Likert con 5 niveles de respuesta, con el propósito de obtener información de las variables y así establecer el problema del actual estudio.

Se pueden recurrir a distintas técnicas: las encuestas, la observación, la toma de muestras y las entrevistas, entre otras, accediendo a desarrollar la labor. Conforme al tipo de referencia, el investigador empleara varias herramientas como fotos, audios, etc. (Maldonado, 2015).

Se obtiene en cuenta variedades de técnicas, ya que se tomará solo uno, que es el cuestionario, el cual está conformado por una sarta de curiosidades formuladas por el indagador, con el objetivo de conseguir indagación certera para la investigación.

El cuestionario es un método de recolección de datos y está formado por un grupo de inquietudes formuladas que el indagador coordina o adapta a los individuos o cantidades a analizar, con el propósito de conseguir la información experimental que necesita para establecer las cualidades de las variables y ver si es razón de estudio (Maldonado, 2015).

Ficha técnica del Gobierno Corporativo

Nombre: Cuestionario para medir la variable gobierno corporativo de Supermercados del Distrito Cercado de Lima.

Autores: Omar Eduardo Luna Sulca

Melany Teresa Soto Chirinos

Año: 2019

Objetivo: Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Contenido: Está compuesto por 15 ítems, formado por tres dimensiones y 6 indicadores.

Administración: individual

Calificación: En el cuestionario del gobierno corporativo se elabora mediante cinco pilares alternativas, cogidas de la escala Likert.

Seguidamente, se muestra en la tabla 3 la clasificación de respuestas:

Tabla 2.

Calificación y puntuación del cuestionario

Alternativas	Puntuación	Afirmación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	Algunas veces
4	4	Casi Siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla 2, se percibe esta escala utilizada para el instrumento de recolección de datos, el cual es la Escala de Likert que está constituida por 5 puntajes teniendo como menor valor (1) Muy en Desacuerdo y como máximo valor Muy de Acuerdo (5).

Ficha técnica de la Responsabilidad Social Empresarial

Nombre: Cuestionario para medir la variable responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima.

Autores: Omar Eduardo Luna Sulca

Melany Teresa Soto Chirinos

Año: 2019

Objetivo: Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Contenido: Está compuesto por 15 ítems, formado por tres dimensiones y 6 indicadores.

Administración: individual

Calificación: En el cuestionario de responsabilidad social empresarial se elabora mediante cinco pilares alternativas, cogidas de la escala Likert.

Seguidamente, se muestra en la tabla 4 la codificación de respuestas:

Tabla 3.

Calificación y puntuación del cuestionario

Alternativas	Puntuación	Afirmación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	Algunas veces
4	4	Casi Siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla 3, se percibe esta escala utilizada para el instrumento de recolección de datos, el cual es la Escala de Likert que está constituida por 5 puntajes teniendo como menor valor (1) Muy en Desacuerdo y como máximo valor Muy de Acuerdo (5).

2.4.3. Validez.

Es indispensable suministrar validez al instrumento de medida y comprobar si realmente determina la variable que pretende medir. Como Hernández et al. (2014), redactan que, “Esto se describe al nivel en que un instrumento medirá la variable que se intenta estudiar” (p. 200).

Validez de contenido: Este tipo se encarga de definir si evidentemente se relacionan los indicadores que están establecidos por cada ítem del cuestionario elaborado. Como Paniagua, redacta que, “se alude al rango en que un instrumento evidencia una influencia especial de contenido” (2015, p. 2).

Validación del constructo: Según Paniagua, menciona que “La validez de constructo tiene que aclarar un tipo hipotético efectivo, que oculta a la variable de interés” En otras palabras, el objetivo es que el investigador maneje el tema escogido y las preguntas a desarrollar, con la finalidad de adquirir la evaluación de las respuestas de la manera adecuada.

Validez de expertos: Este tipo de validez determina Paniagua, el cual menciona que “los expertos describen si el instrumento evalúa la variable en discusión” (2015, p. 2).

Juicio de expertos

Este estudio se logra validar por un juicio de expertos la fiabilidad del instrumento elaborado, el cual se recolecta datos obtenidos de la investigación.

Esta validación del presente trabajo, fue elaborada por 3 docentes temáticos expertos que tienen la finalidad de validar el instrumento como aplicable en su confiabilidad.

Tabla 4.

Juicio de expertos

Expertos	Grado	Especialista
Mg. Aguilar Culquicondor Juan Carlos	Magister	Temático
Mg. Ponce Caceda Juan Manuel	Magister	Temático
Mg. Collahua Enciso Jorge	Magister	Temático

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 4, se deduce la opinión absoluta del instrumento. Se basa en la consideración de los temáticos inquiridos, se logra una calificación aplicable es por ese motivo que fue estimado confiable.

La validez de contenido se perpetró por medio de v de Aiken.

Los resultados, a través del coeficiente V de Aiken, demostraron un extenso nivel de acuerdo por los jueces con intervalos de cordialidad del 90%.

Tabla 5.

Validez de contenido por V de Aiken

		J1	J2	J3	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ÍTEM 1	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 2	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 3	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 4	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 5	<i>Relevancia</i>	3	4	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 6	<i>Relevancia</i>	3	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3	3.2	1.30	0.73	Valido
ÍTEM 7	<i>Relevancia</i>	3	4	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 8	<i>Relevancia</i>	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 9	<i>Relevancia</i>	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido

	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 10	<i>Relevancia</i>	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 11	<i>Relevancia</i>	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 12	<i>Relevancia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 13	<i>Relevancia</i>	4	3	2	3.4	0.89	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 14	<i>Relevancia</i>	4	3	2	3.4	0.89	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 15	<i>Relevancia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 16	<i>Relevancia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 17	<i>Relevancia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 18	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 19	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido

	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 20	<i>Relevancia</i>	2	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 21	<i>Relevancia</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 22	<i>Relevancia</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 23	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 24	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 25	<i>Relevancia</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ÍTEM 26	<i>Relevancia</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 27	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ÍTEM 28	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	<i>Claridad</i>	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ÍTEM 29	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido

ÍTEM 30	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido

Nota. J1, J2, J3 jueces. IA índice de aceptabilidad. V validez

Interpretación:

En la tabla 5, vemos que la mayoría de los jueces informaron que el instrumento si desempeña con las consideraciones para aplicarlas, ya que poseen una alta coherencia, congruencia y transparencia para mostrar el estudio. Además se obtuvo en consideración las reflexiones incompatibles en la prueba piloto; resultandos capaces los instrumentos para ser trabajados en el modelo escogida.

2.4.4. Confiabilidad.

Alfa de Cronbach

La confiabilidad de este presente estudio se procede a utilizar la comprobación estadística de Alpha de Cronbach, con la finalidad de conocer lo confiable que puede ser esta investigación.

La fórmula estadística de la confiabilidad es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde corresponde a cada uno que:

K: Cantidad de ítems

Si2: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

St2: Varianza de la suma de los Ítems

α: Coeficiente de Alfa de Cronbach

En esta ocasión utilizaremos el instrumento fiable, ya que realizamos un estudio de estabilidad interna de nuestro Alpha de Cronbach de las variables a investigar (gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial) y el general (ambas variables). Se logró determinar que cada categoría se situó sobre el rango de fiabilidad a 0.8 que se requiere.

Paniagua (2015), redacta:

El rango de la herramienta en su utilización constante en la misma persona y el elemento genera conclusiones idénticas. Regularmente, se evalúa de dos maneras: por medio del test-retest (coeficiente de correlación) ya que establece la confianza de la medida en sus puntajes individuales, por medio del lapso y con la permanencia interna (coeficiente Alpha de Cronbach) que evalúa la exactitud de la teoría de la investigación a través de los ítems. (p. 2)

La confiabilidad se encarga de visualizar el nivel de la determinación y adaptación de las derivaciones que se adquiere, asimismo es significativo por lo que asiente comprobar si es adecuado o no es adecuado para el estudio que se está elaborando, es por ello que se aplica con el SPSS donde se obtiene un efecto confiable o no confiable.

Tabla 6.

Rangos de Fiabilidad

Criterio	Rango
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0,01 a 0,49
Moderada confiabilidad	0,50 a 0,75
Fuerte confiabilidad	0,76 a 0,89
Alta confiabilidad	0,90 a 1

Fuente: Hernández et al. (2014). Metodología de la investigación.

Interpretación:

En la Tabla 6, se visualiza la categoría y las reglas de la fiabilidad, por ende, la categoría de 0,90 a 1 alta confiabilidad, el de 0,76 a 0,89 fuerte confiabilidad, el de 0,50 a 0,75 moderada confiabilidad, el de 0,01 a 0,49 baja confiabilidad y el de -1 a 0 no es confiable.

De manera que se procesa las cifras y las deducciones que lanza el programa estadístico SPSS con relación a la confiabilidad, son:

Tabla 7.*Estadísticas de fiabilidad*

Cuestionarios	Alfa de Cronbach	N de elementos
General	,923	30
Variable 1: Gobierno corporativo	,850	15
Variable 2: Responsabilidad social empresarial	,871	15

Interpretación:

En la tabla 7, demuestra el coeficiente encontrado de los 30 ítems de ambas variables: gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial 0,923 examinado como alta confiabilidad, como indica la tabla 6.

En la tabla 7, demuestra el coeficiente encontrado de los 15 ítems de la primera variable gobierno corporativo 0,850 examinado como fuerte confiabilidad como indica la tabla 6.

En la tabla 7, demuestra el coeficiente encontrado de los 15 ítems de la segunda variable responsabilidad social empresarial 0,871 examinado como fuerte confiabilidad como indica la tabla 6.

2.5. Procedimiento

Se seguirá para recoger los datos se corresponde a los pasos siguientes:

Proceso de los cuestionarios fundada dese la operacionalización de las variables en correspondiente con los objetivos dispuesto por esta investigación.

Inspección de acuerdo al cronograma para encuesta.

Manejo del cuestionario para medir la relación entre las variables.

2.6. Métodos de análisis de datos

Para examinar la información, procesarla y presentarla, utilizaremos las estadísticas referentes y las medidas correspondientes. Por ende, para los datos recolectados se elaborará una base de los mismos y utilizaremos el programa

SPSS vs. 25, con una alta confiabilidad, es por ello que se utiliza la prueba de hipótesis con la finalidad de investigar si es que existe o no la relación entre las variables Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Empresarial mediante el método del Tau b de Kendall.

Estadística descriptiva: Se emplea para instaurar el valor de la continuidad descriptiva en conexión a la información lograda en la utilización de las herramientas de recolección de datos, contemplando la forma adecuada del objetivo estudiado.

Las informaciones que se consiguen por medio de la utilización de métodos e instrumentos anteriormente señalados, acudiendo a los confidentes o fundamentos que se indica.

Acerca de los datos mostrados como gráficos y tablas, se expresan percepciones claras.

2.7. Aspectos éticos

Al realizar la investigación, estamos considerando la moral profesional que asignaremos en todo el trabajo para la mejoría de este estudio, mediante la ejecución de la perspectiva del código de ética del alumno Vallejano. El informe se propuso alcanzar los principios de honestidad para puntualizar lógica; confiabilidad para mostrar si el instrumento es auténtico y fiable; y por último la competitividad de las evidencias que se consiguen.

III.RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

3.1.1. Tablas de frecuencias por ítems.

Tabla 8.

Ítem 1: Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
A veces	5	13,9	13,9	22,2
Válido Casi Siempre	15	41,7	41,7	63,9
Siempre	13	36,1	36,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

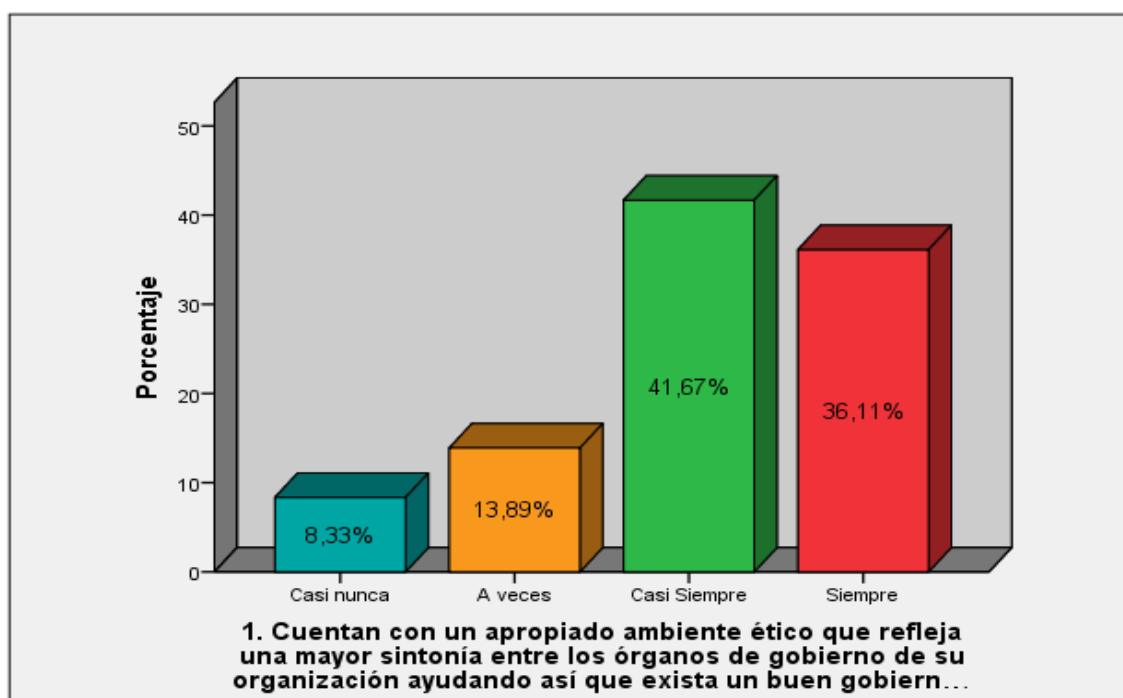


Figura 1: Ítem 1. Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 1, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41.67% manifestaron que casi siempre cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.

Tabla 9.

Ítem 2. Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
A veces	11	30,6	130,6	41,7
Válido Casi Siempre	15	41,7	41,7	83,3
Siempre	6	16,7	16,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

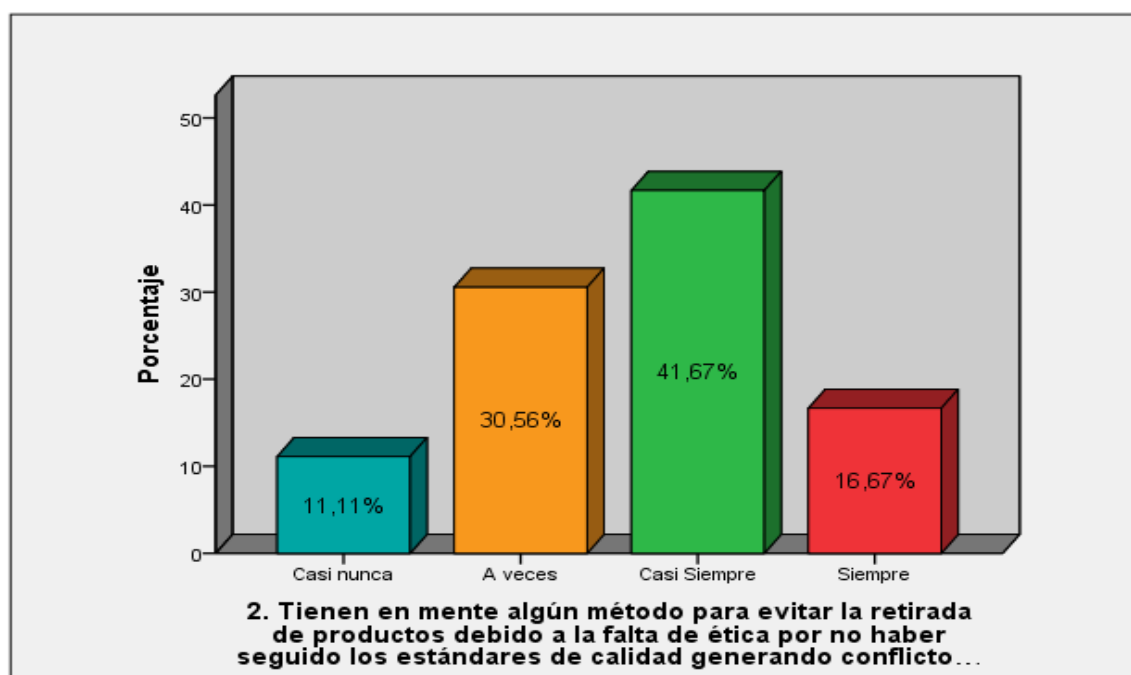


Figura 2: Ítem 2. Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.

Interpretación:

En la tabla 9 y figura 2, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41.67% manifestaron que casi siempre tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.

Tabla 10.

Ítem 3. Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	6	16,7	16,7	16,7
A veces	10	27,8	27,8	44,4
Válido Casi Siempre	11	30,6	30,6	75,0
Siempre	9	25,0	25,0	100,0
Total	36	100,0	100,0	

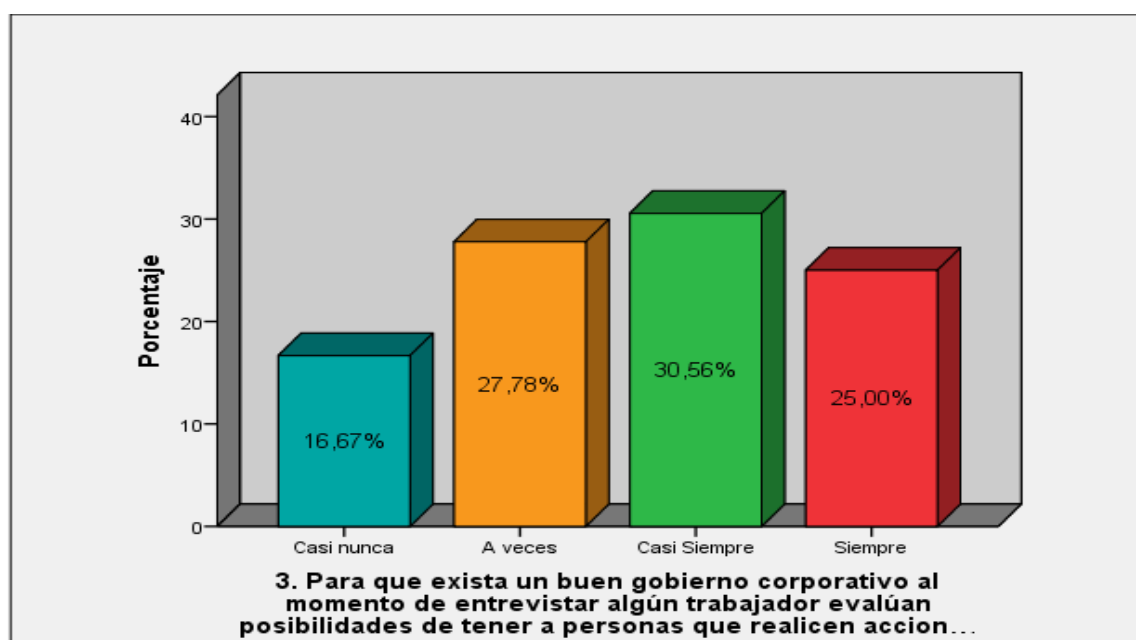


Figura 3: Ítem 3. Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 3, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 30.56% manifestaron que casi siempre evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.

Tabla 11.

Ítem 4. Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
A veces	6	16,7	16,7	27,8
Válido Casi Siempre	11	30,6	30,6	58,3
Siempre	15	41,7	41,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

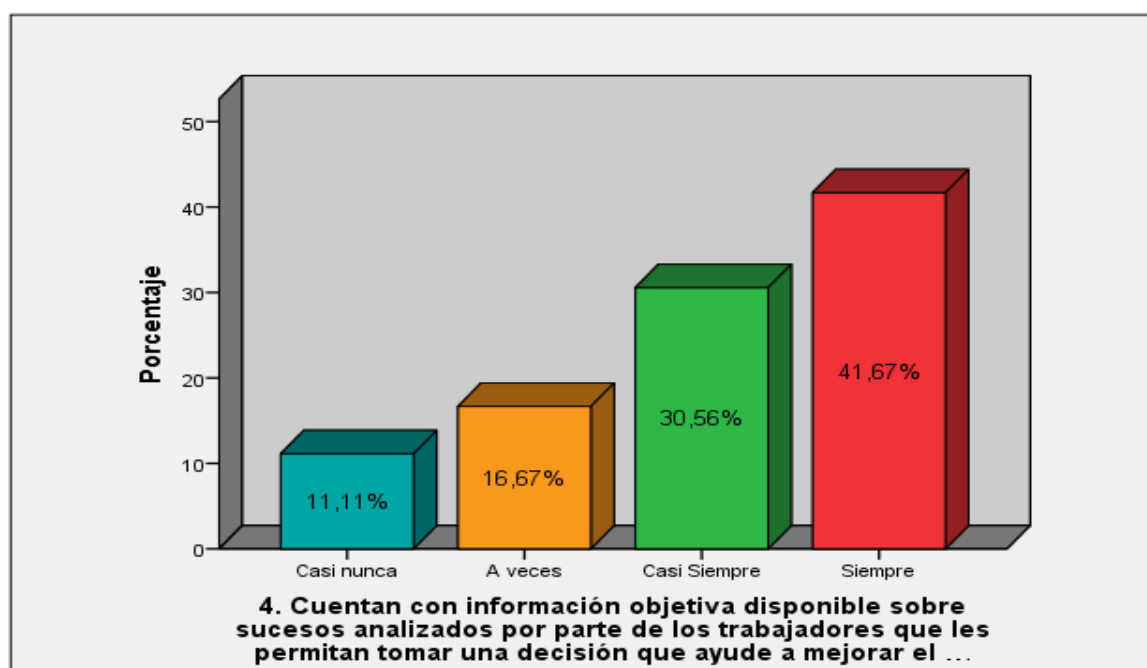


Figura 4: Ítem 4. Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.

Interpretación:

En la tabla 11 y figura 4, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que siempre cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.

Tabla 12.

Ítem 5. Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un código de ética entre su gobierno corporativo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	13,9	13,9	13,9
	A veces	13	36,1	36,1	50,0
	Casi Siempre	12	33,3	33,3	83,3
	Siempre	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

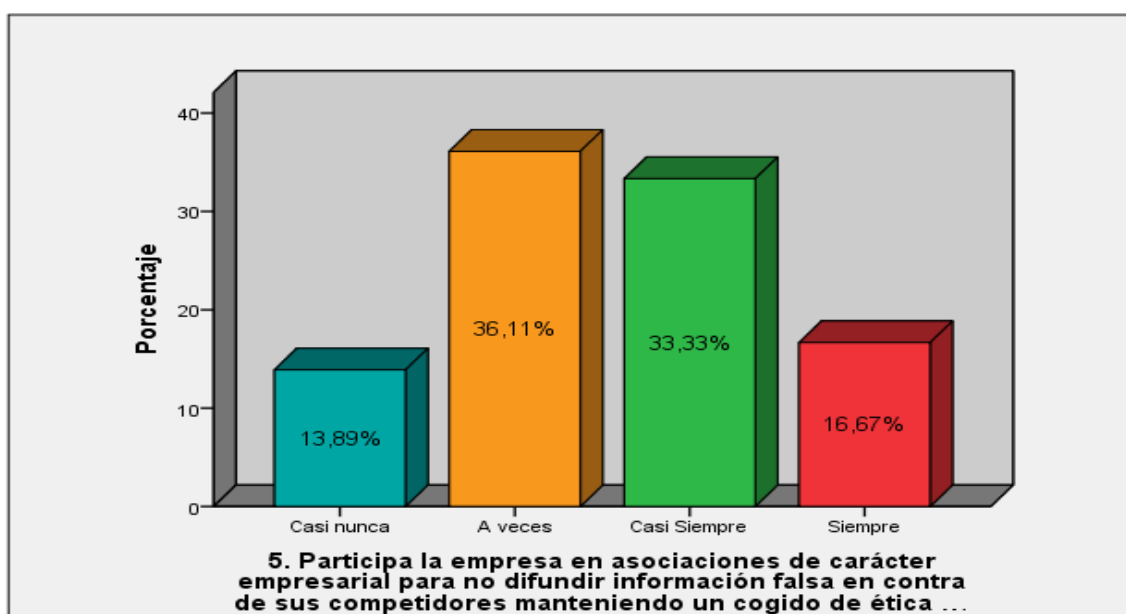


Figura 5: Ítem 5. Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un código de ética entre su gobierno corporativo.

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 5, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 36.11% manifestaron que a veces participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.

Tabla 13.

Ítem 6. La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
	A veces	8	22,2	22,2	33,3
	Casi Siempre	11	30,6	30,6	63,9
	Siempre	13	36,1	36,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

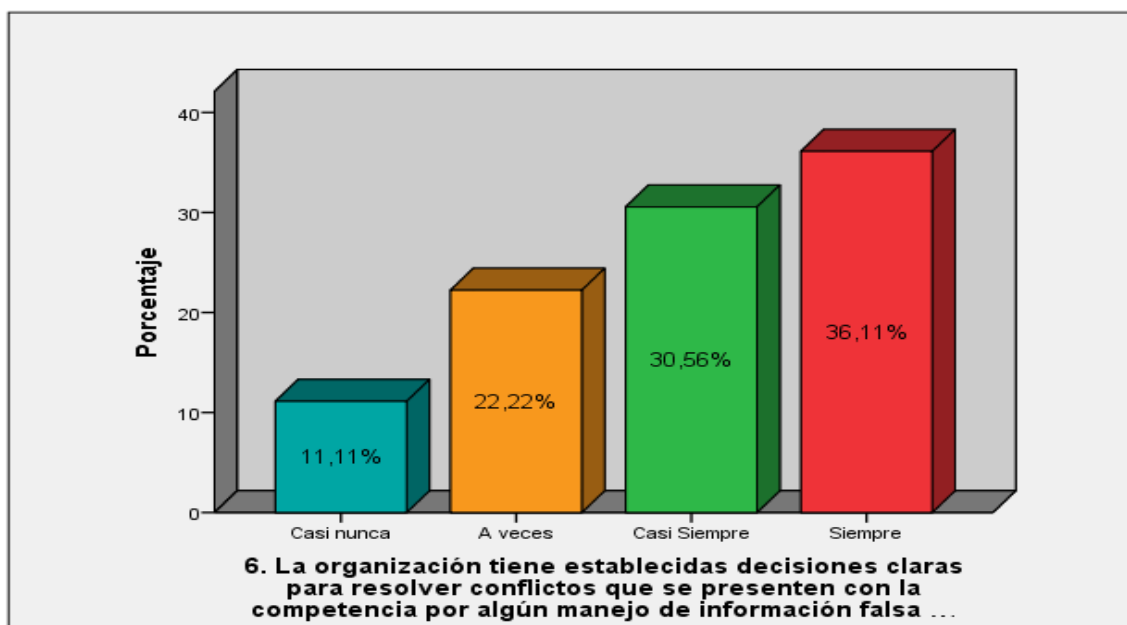


Figura 6: Ítem 6. La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presentan con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo. Elaborado en SPSS versión 22.

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 6, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 36.11% manifestaron que siempre la organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.

Tabla 14.

Ítem 7. Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
	A veces	8	22,2	22,2	33,3
	Casi Siempre	10	27,8	27,8	61,1
	Siempre	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

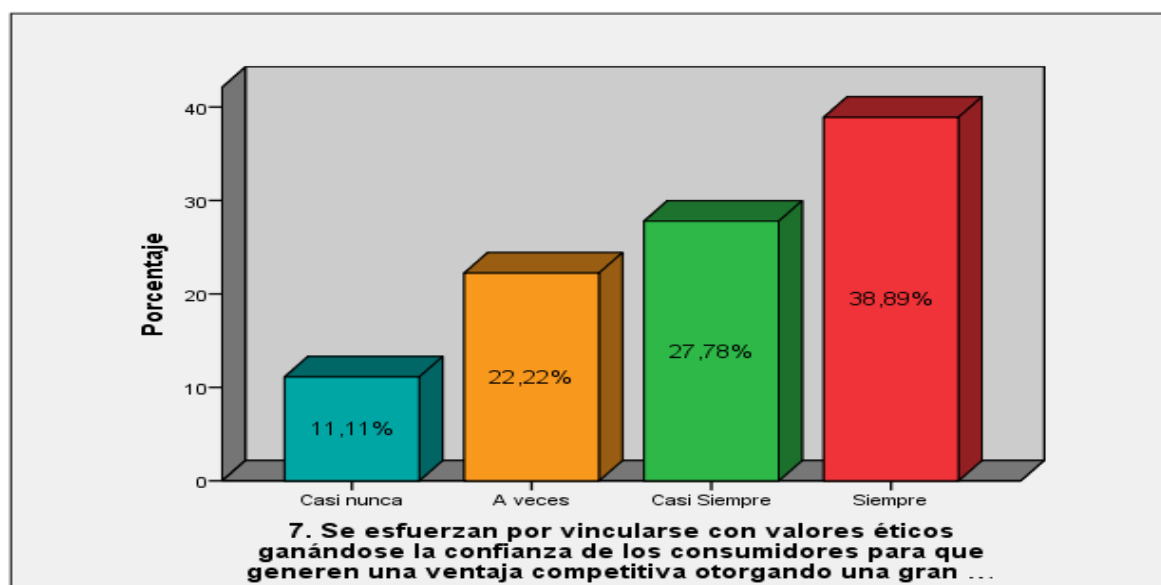


Figura 7: Ítem 7. Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 7, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38.89% manifestaron que siempre se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado.

Tabla 15.

Ítem 8. *Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
	A veces	7	19,4	19,4	27,8
	Casi Siempre	15	41,7	41,7	69,4
	Siempre	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

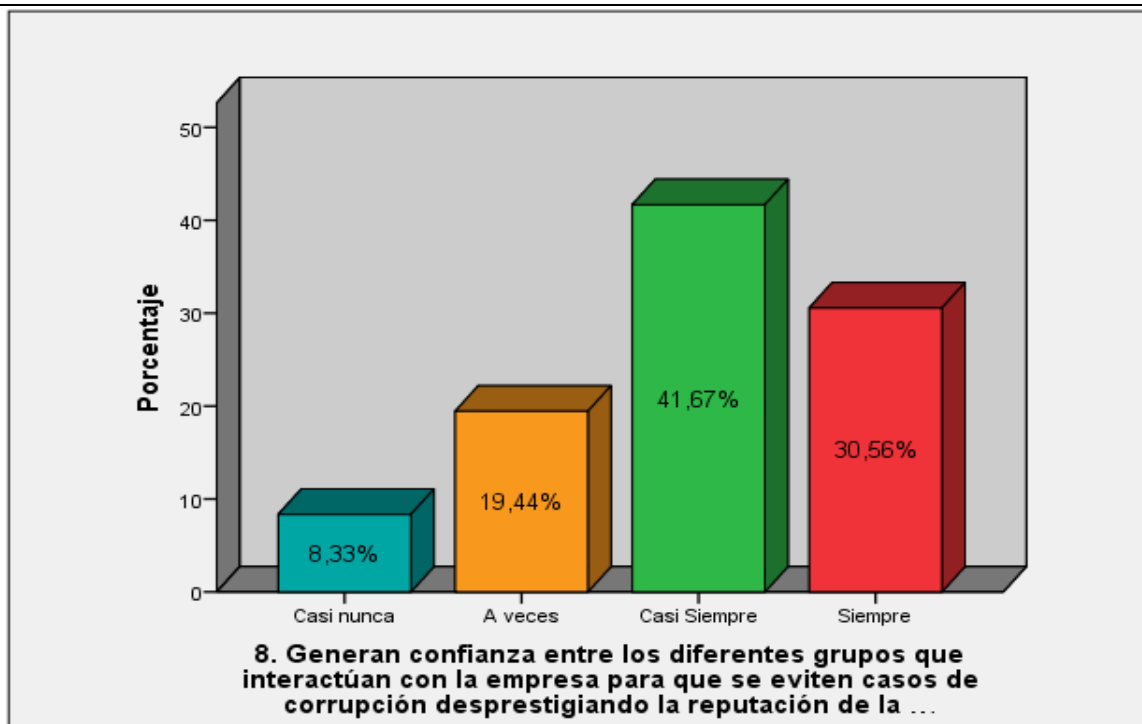


Gráfico 8: Ítem 8: *Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.*

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 8, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que casi siempre generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.

Tabla 16.

Ítem 9. Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
	A veces	9	25,0	25,0	33,3
Válido	Casi Siempre	14	38,9	38,9	72,2
	Siempre	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

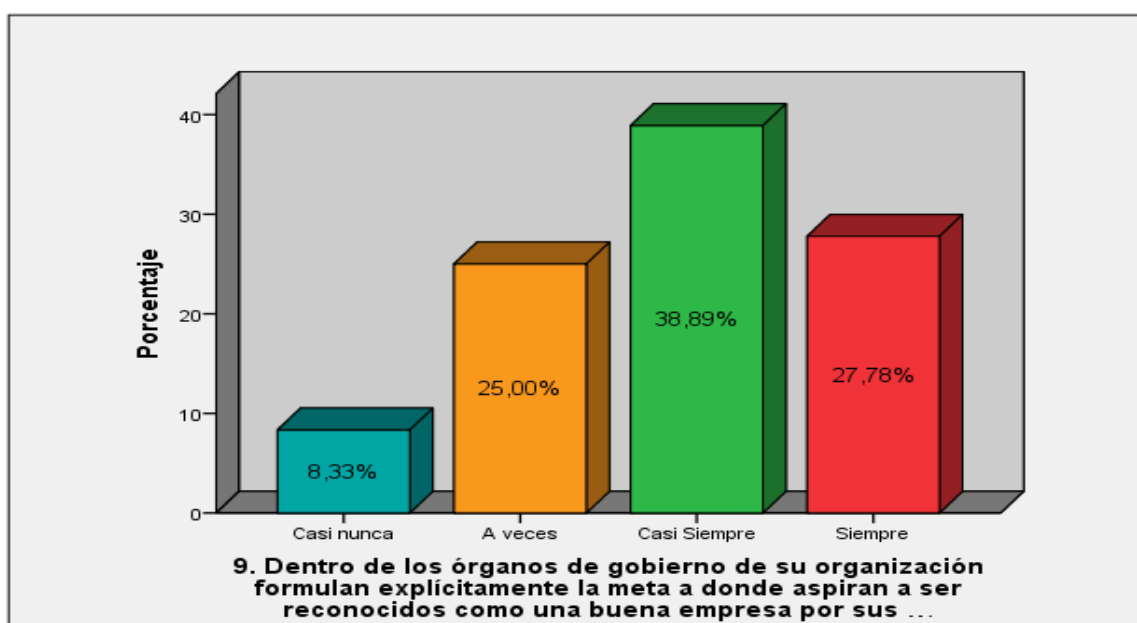


Figura 9: Ítem 9. Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 9, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38.89% manifestaron que casi siempre la organización formula explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.

Tabla 17.

Ítem 10. La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
	A veces	9	25,0	25,0	36,1
	Casi Siempre	13	36,1	36,1	72,2
	Siempre	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

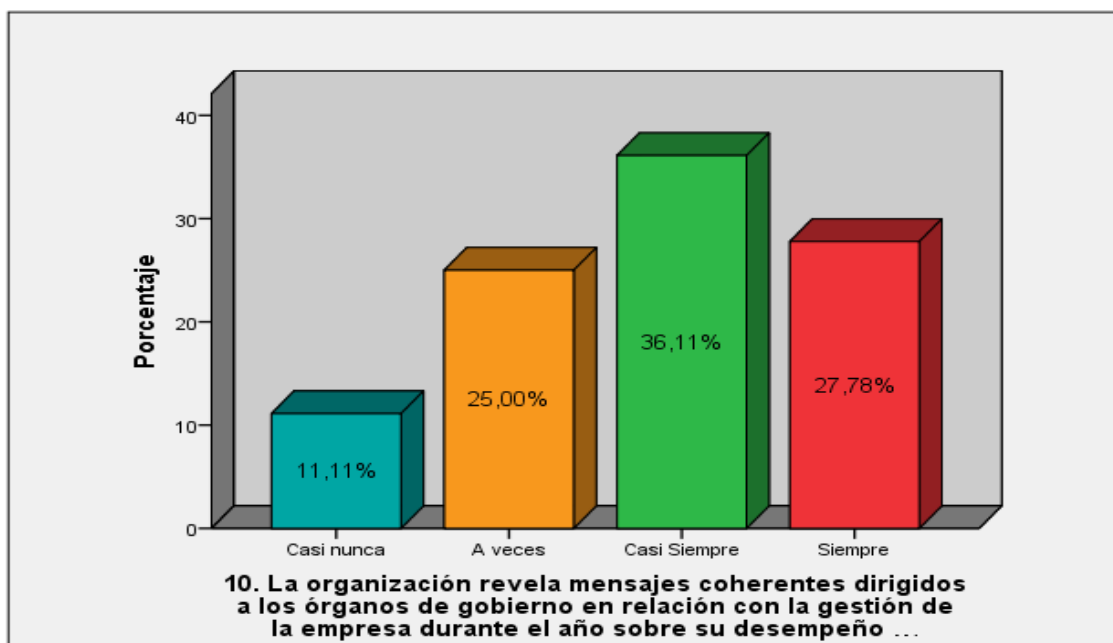


Gráfico 10: Ítem 10: La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.

Interpretación:

En la tabla 17 y figura 10, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 36.11% manifestaron que casi siempre la organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.

Tabla 18.

Ítem 11. La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
A veces	6	16,7	16,7	25,0
Válido Casi Siempre	14	38,9	38,9	63,9
Siempre	13	36,1	36,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

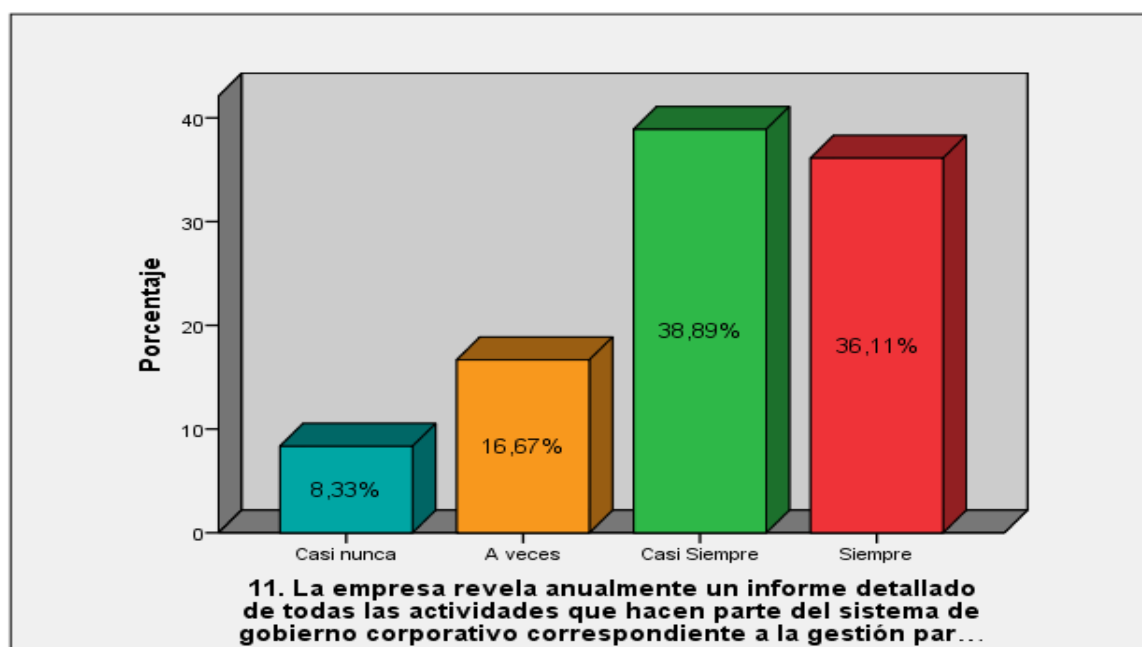


Figura 11: Ítem 11: La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 11, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38.89% manifestaron que casi siempre la empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.

Tabla 19.

Ítem 12. Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
A veces	7	19,4	19,4	25,0
Válido Casi Siempre	15	41,7	41,7	66,7
Siempre	12	33,3	33,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

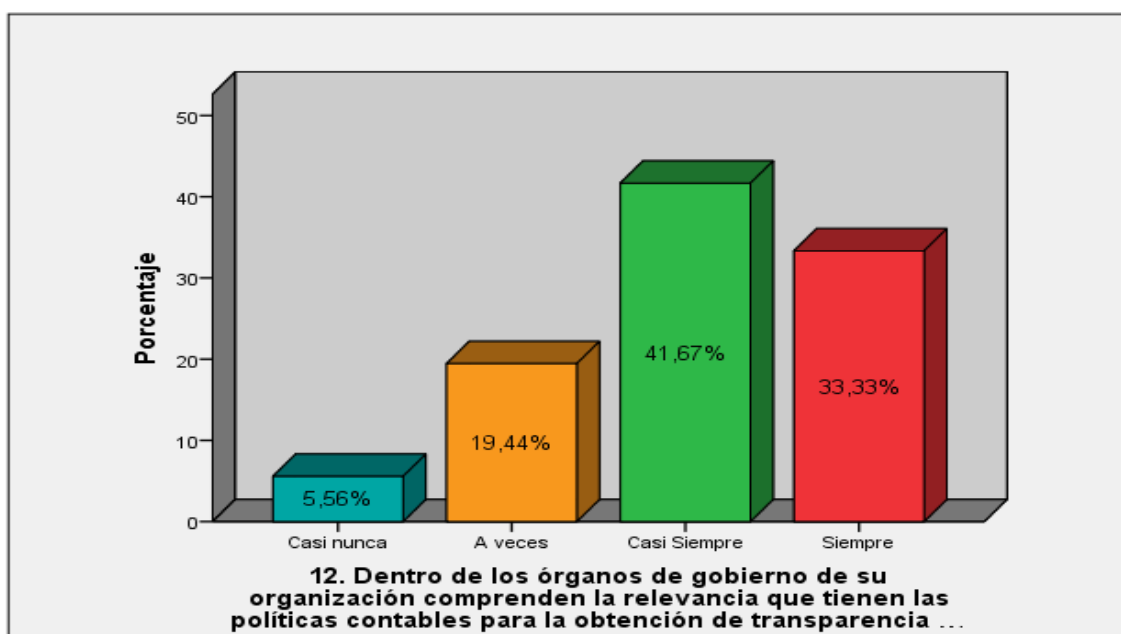


Figura 12: Ítem 12. Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 12, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41.67% manifestaron que casi siempre la organización comprende la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.

Tabla 20.

Ítem 13. En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detalla cada periodo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	13,9	13,9
	Casi Siempre	16	44,4	58,3
	Siempre	15	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0

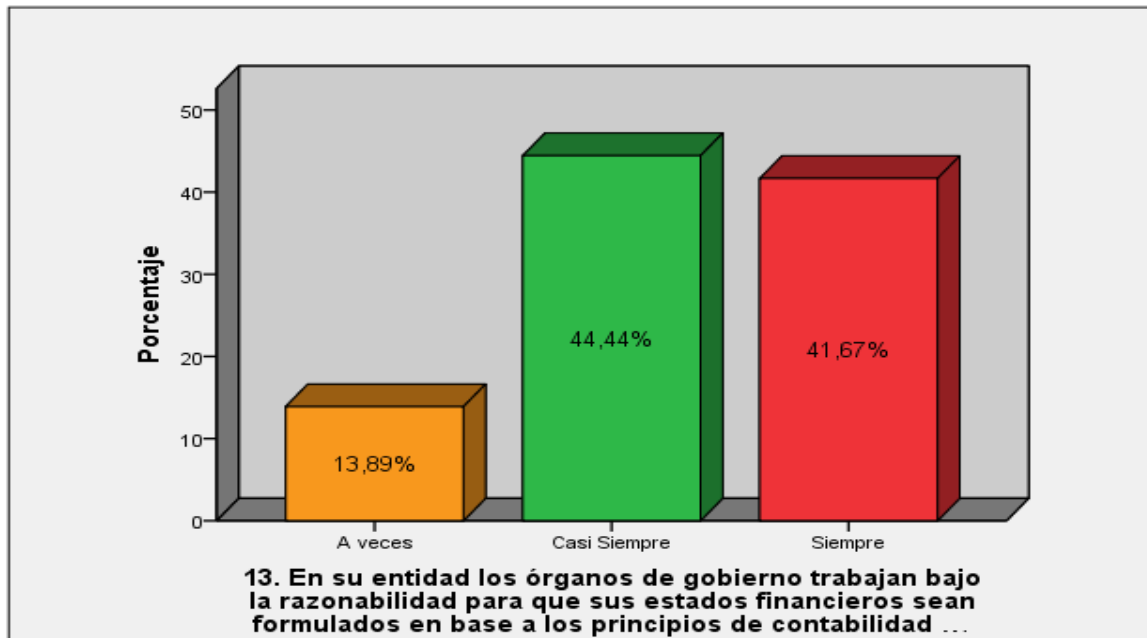


Figura 13: Ítem 13. En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 13, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 44.44% manifestaron que casi siempre los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los P.C.G.A. para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.

Tabla 21.

Ítem 14. Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
A veces	20	55,6	55,6	61,1
Válido Casi Siempre	9	25,0	25,0	86,1
Siempre	5	13,9	13,9	100,0
Total	36	100,0	100,0	

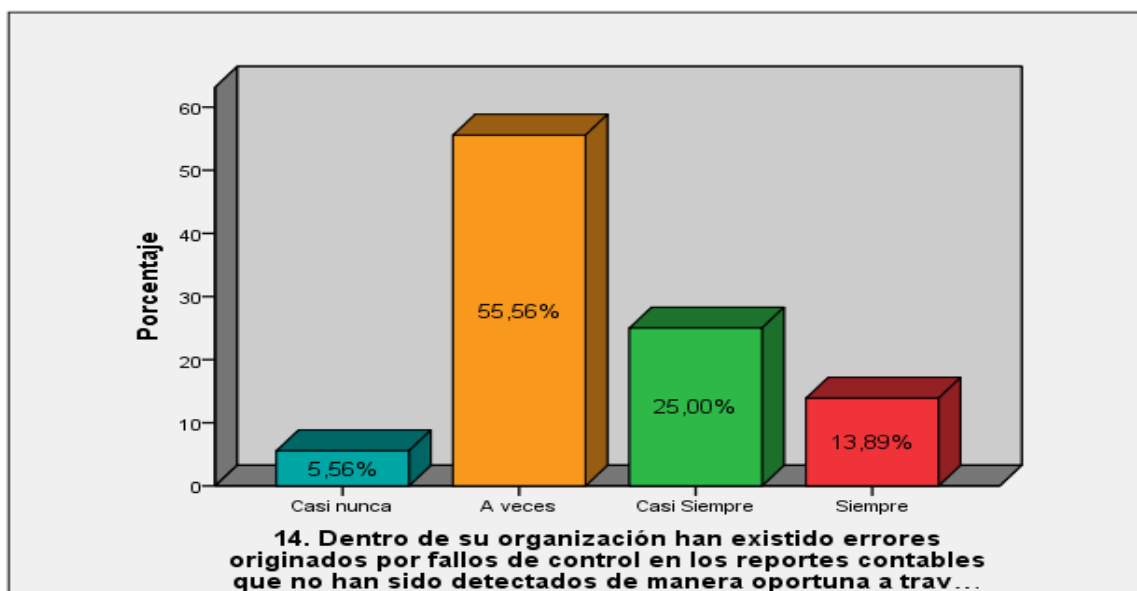


Figura 14: Ítem 14. Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 14, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 55,56% manifestaron que a veces han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.

Tabla 22.

Ítem 15. Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	1	2,8	2,8	2,8
	A veces	5	13,9	13,9	16,7
Válido	Casi Siempre	16	44,4	44,4	61,1
	Siempre	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

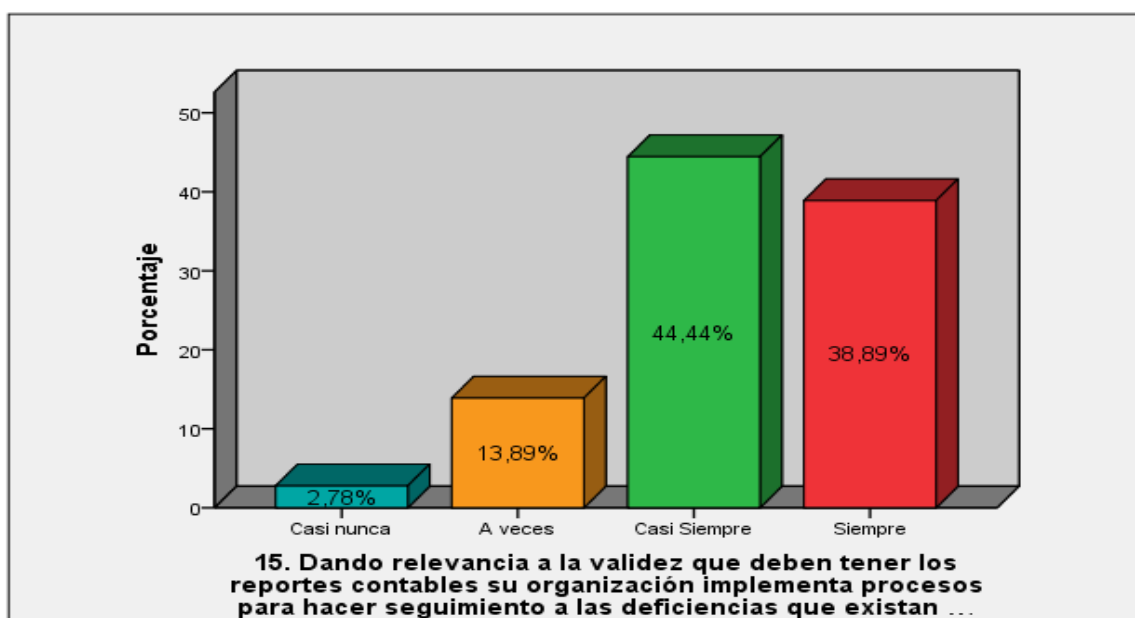


Figura 15: Ítem 15. Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 15, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 44,44% manifestaron que casi siempre en la organización se implementan procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.

Tabla 23.

Ítem 16. La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
	A veces	9	25,0	25,0	36,1
	Casi Siempre	14	38,9	38,9	75,0
	Siempre	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

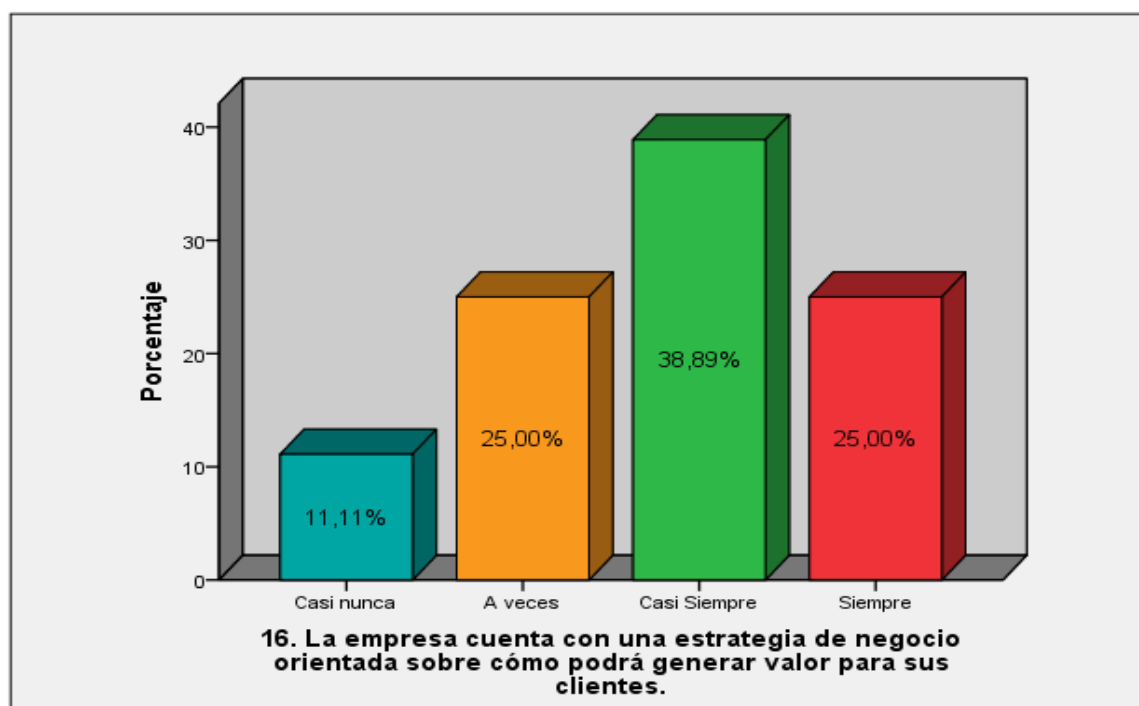


Figura 16: Ítem 16: La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.

Interpretación:

En la tabla 23 y figura 16, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38,89% manifestaron que casi siempre la empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.

Tabla 24.

Ítem 17. Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
A veces	7	19,4	19,4	30,6
Válido Casi Siempre	13	36,1	36,1	66,7
Siempre	12	33,3	33,3	100,0
Total	36	100,0	100,0	

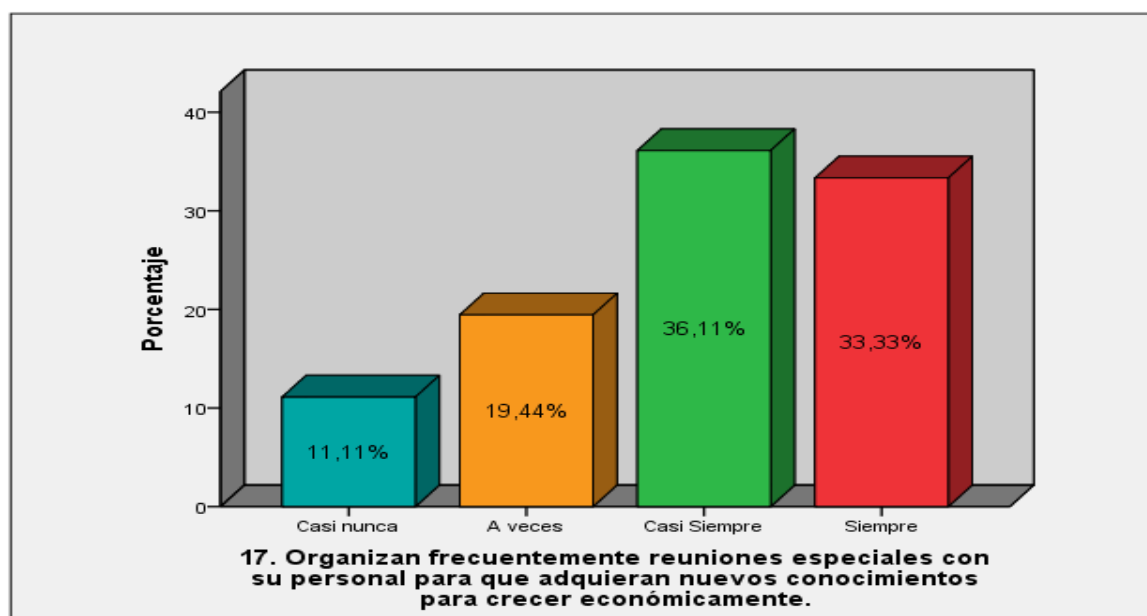


Figura 17: Ítem 17. Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.
Elaborado en SPSS versión 22.

Interpretación:

En la tabla 24 y figura 17, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 36,11% manifestaron que casi siempre la empresa organiza

reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.

Tabla 25.

Ítem 18. La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
	A veces	6	16,7	16,7	25,0
Válido	Casi Siempre	17	47,2	47,2	72,2
	Siempre	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

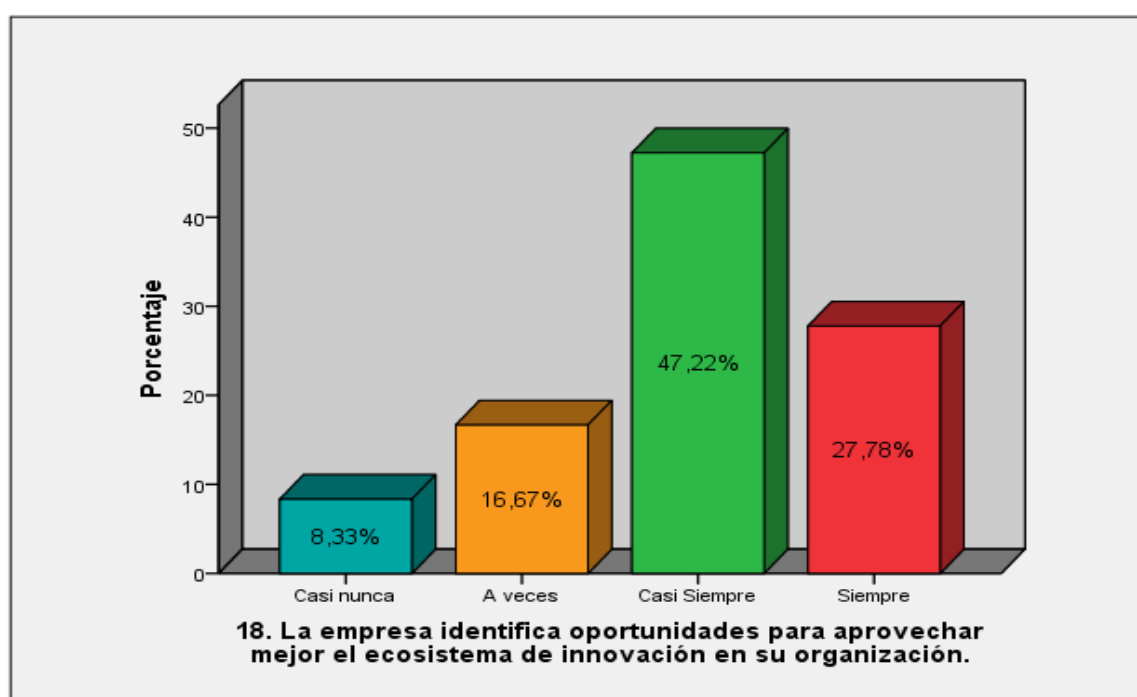


Figura 18: Ítem 18. La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización.

Interpretación:

En la tabla 25 y figura 18, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 47,22% manifestaron que casi siempre La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización.

Tabla 26.

Ítem 19. Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
	A veces	8	22,2	22,2	30,6
	Casi Siempre	15	41,7	41,7	72,2
	Siempre	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

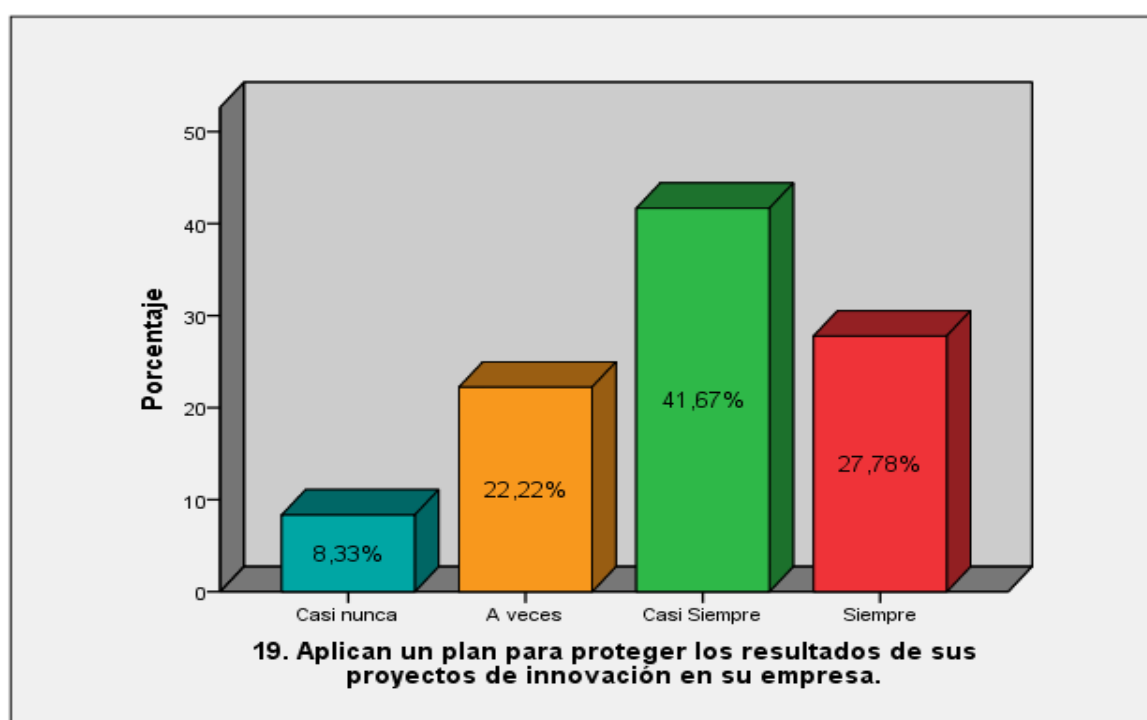


Figura 19: Ítem 19. Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.

Interpretación:

En la tabla 26 y figura 19, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que casi siempre Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.

Tabla 27.

Ítem 20. Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
A veces	10	27,8	27,8	36,1
Válido Casi Siempre	14	38,9	38,9	75,0
Siempre	9	25,0	25,0	100,0
Total	36	100,0	100,0	

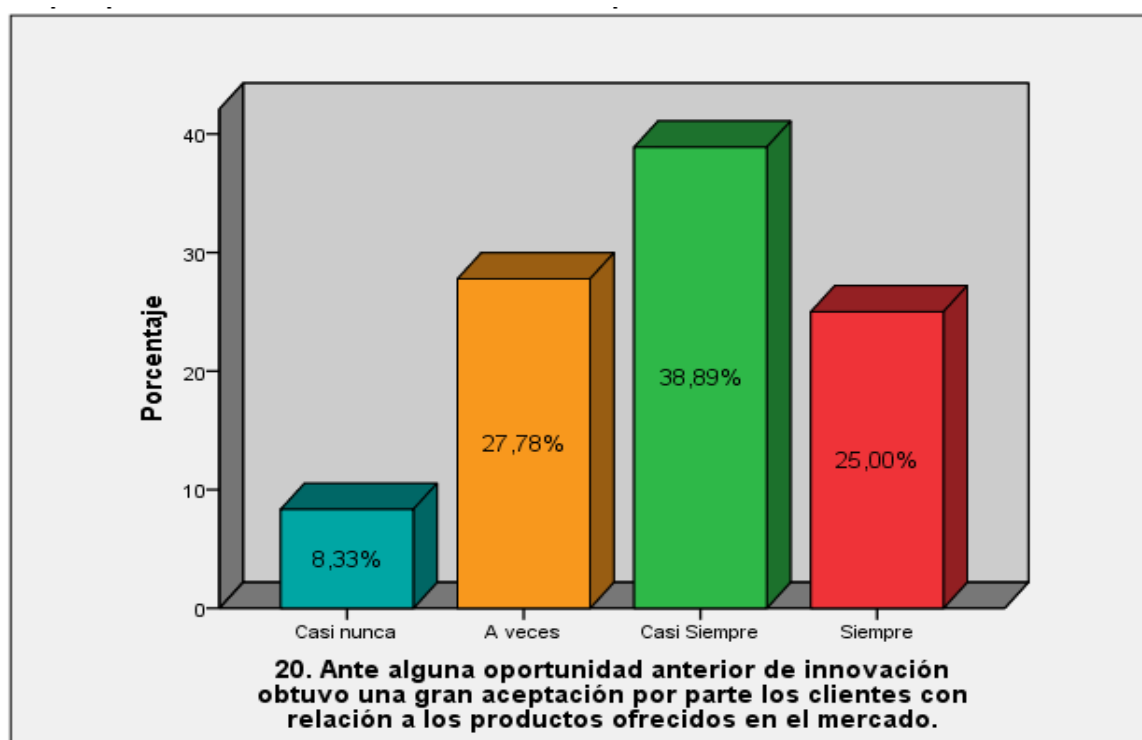


Figura 20: Ítem 20: Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.

Interpretación:

En la tabla 27 y figura 20, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38,89% manifestaron que casi siempre ante oportunidades de

innovación se obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.

Tabla 28.

Ítem 21. La organización genera un buen clima laboral a sus empleados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	1	2,8	2,8	2,8
	A veces	6	16,7	16,7	19,4
Válido	Casi Siempre	14	38,9	38,9	58,3
	Siempre	15	41,7	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

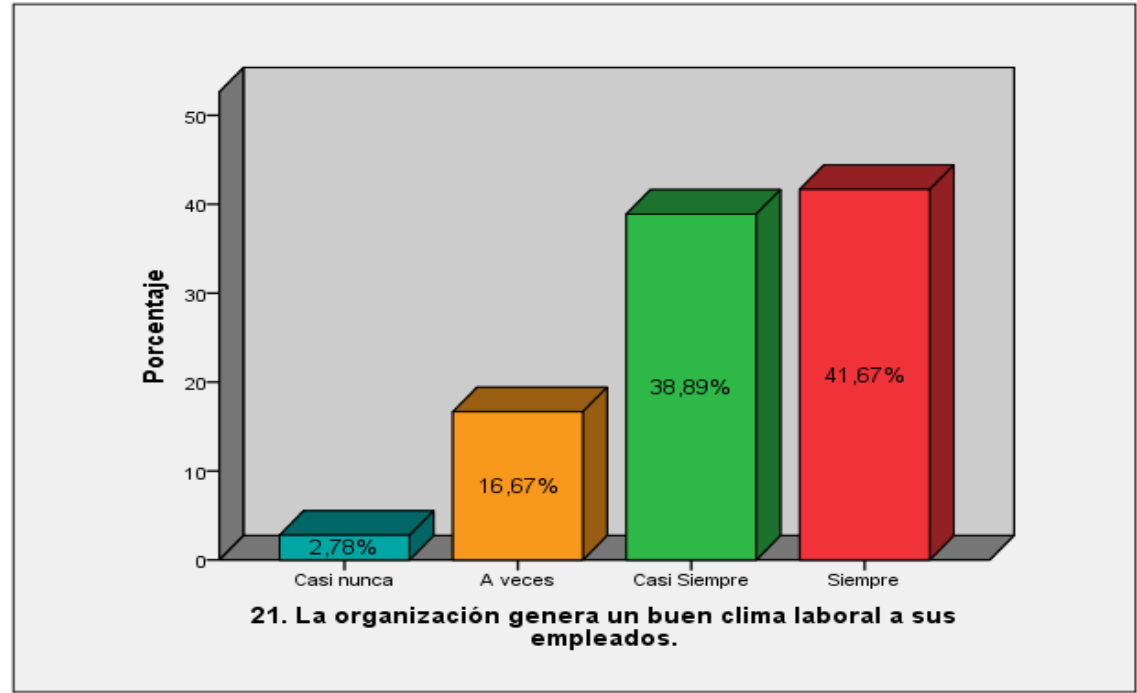


Figura 21: Ítem 21: La organización genera un buen clima laboral a sus empleados.

Interpretación:

En la tabla 28 y figura 21, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que siempre la organización genera un buen clima laboral a sus empleados.

Tabla 29.

Ítem 22. Los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,8	2,8	2,8
	A veces	8	22,2	22,2	25,0
	Casi Siempre	16	44,4	44,4	69,4
	Siempre	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

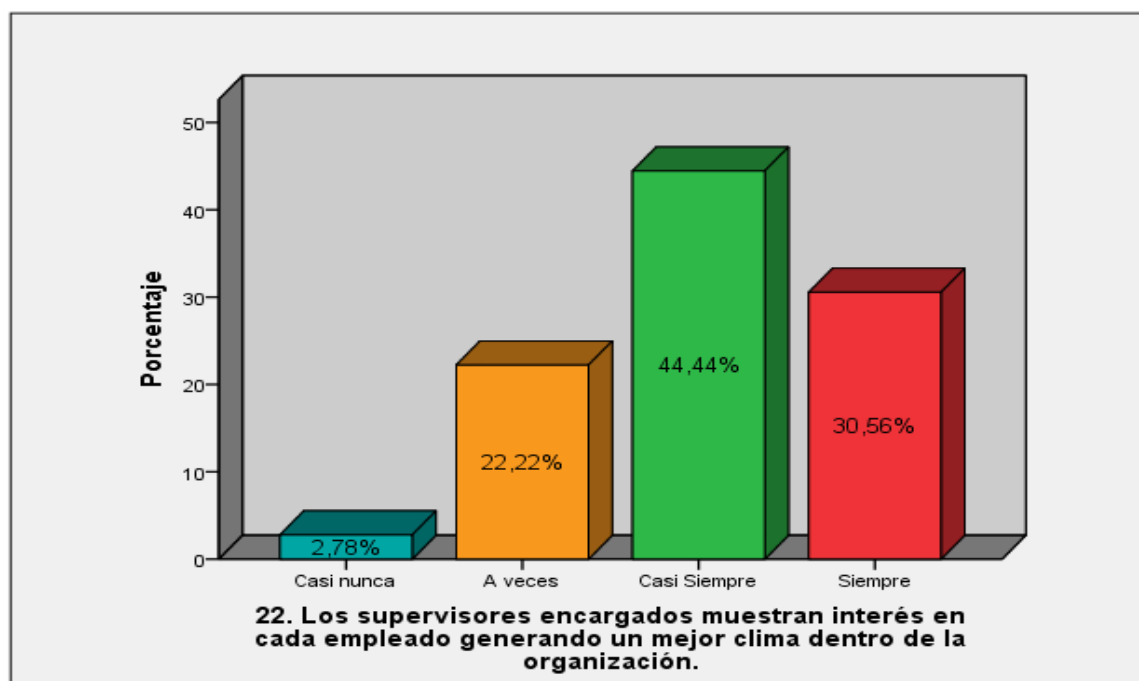


Figura 22: Ítem 22: Los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización.

Interpretación:

En la tabla 29 y figura 22, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 44,44% manifestaron que casi siempre los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización.

Tabla 30.

Ítem 23. Aplica algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
	A veces	7	19,4	19,4	25,0
	Casi Siempre	10	27,8	27,8	52,8
	Siempre	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

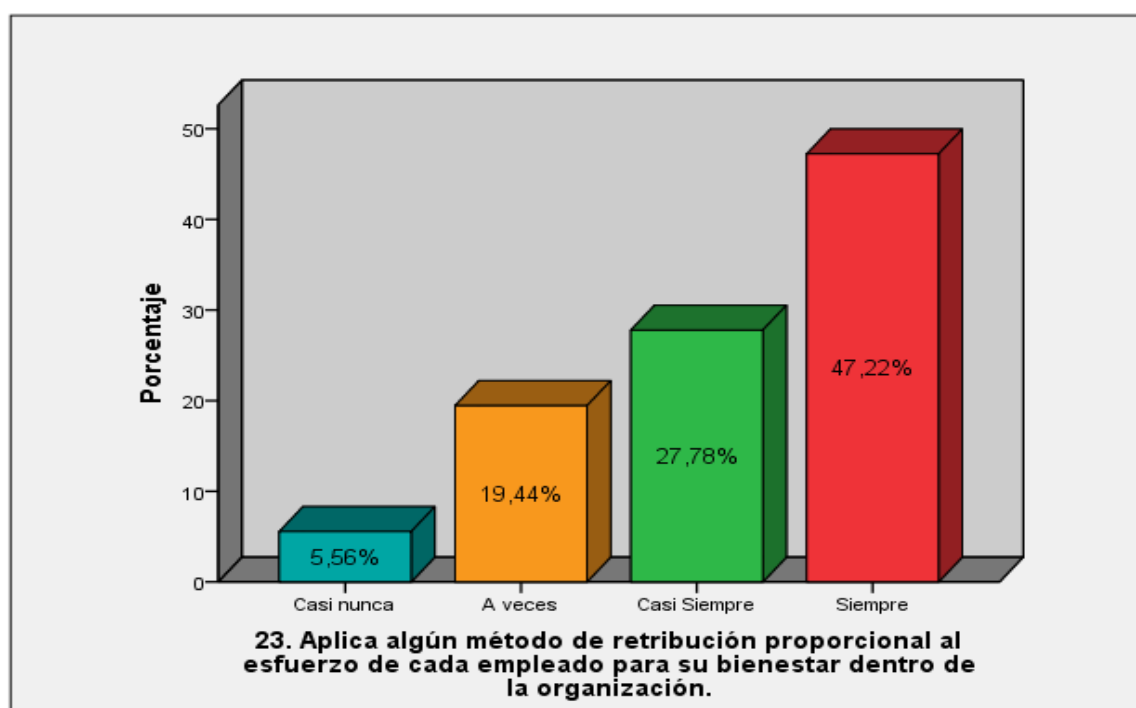


Figura 23: Ítem 23: Aplica algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.

Interpretación:

En la tabla 30 y figura 23, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 47,22% manifestaron que siempre aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.

Tabla 31.

Ítem 24. La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
	A veces	6	16,7	16,7	22,2
	Casi Siempre	18	50,0	50,0	72,2
	Siempre	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

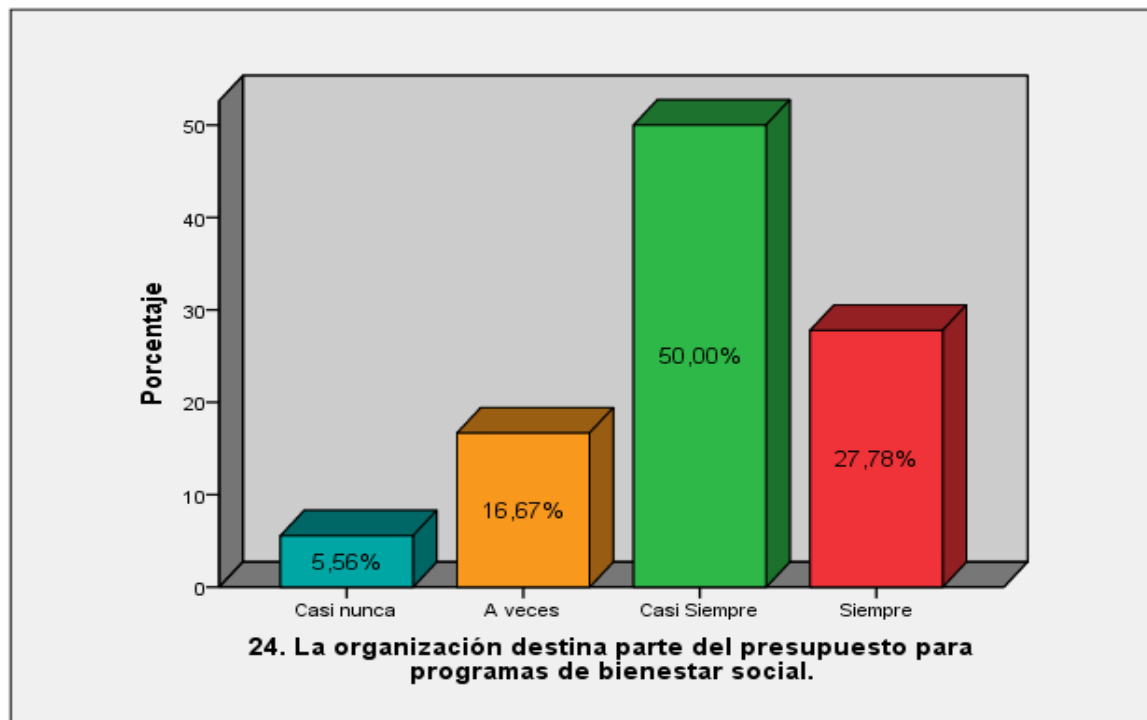


Figura 24: Ítem 24: La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social.

Interpretación:

En la tabla 31 y figura 24, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 50,00% manifestaron que casi siempre la organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social.

Tabla 32.

Ítem 25. La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
	A veces	3	8,3	8,3	13,9
	Casi Siempre	14	38,9	38,9	52,8
	Siempre	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

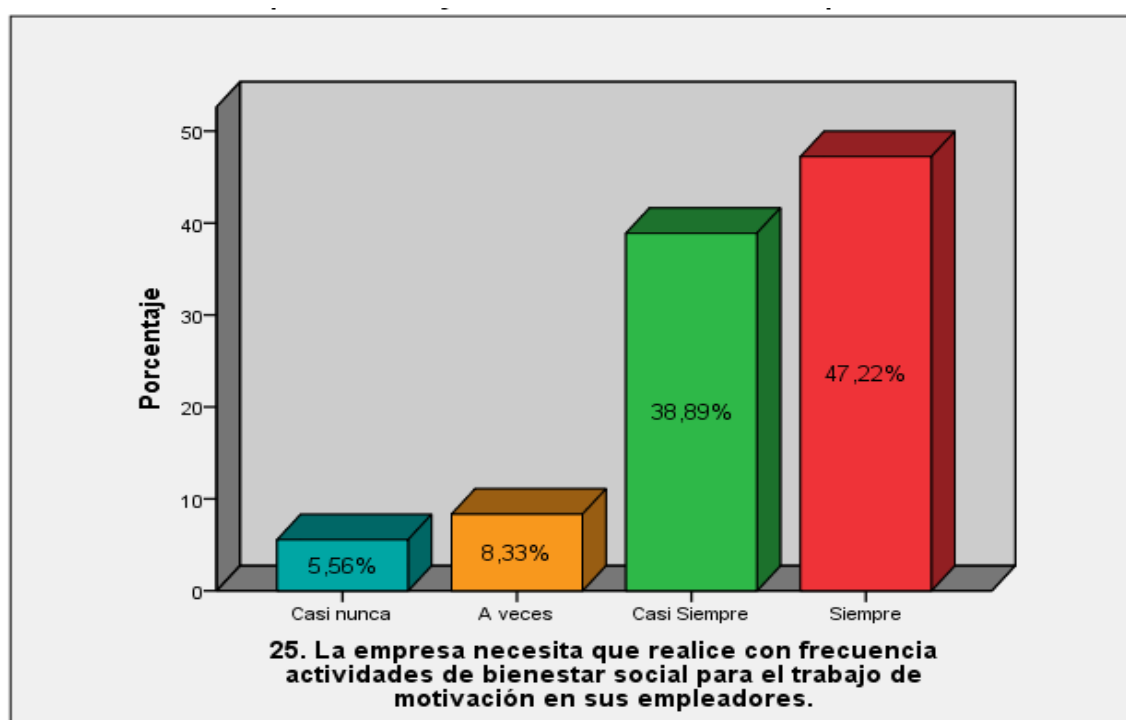


Figura 25: Ítem 25: La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.

Interpretación:

En la tabla 32 y figura 25, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 47,22% manifestaron que siempre la empresa necesita realizar con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.

Tabla 33.

Ítem 26. La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
	A veces	13	36,1	36,1	41,7
Válido	Casi Siempre	15	41,7	41,7	83,3
	Siempre	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

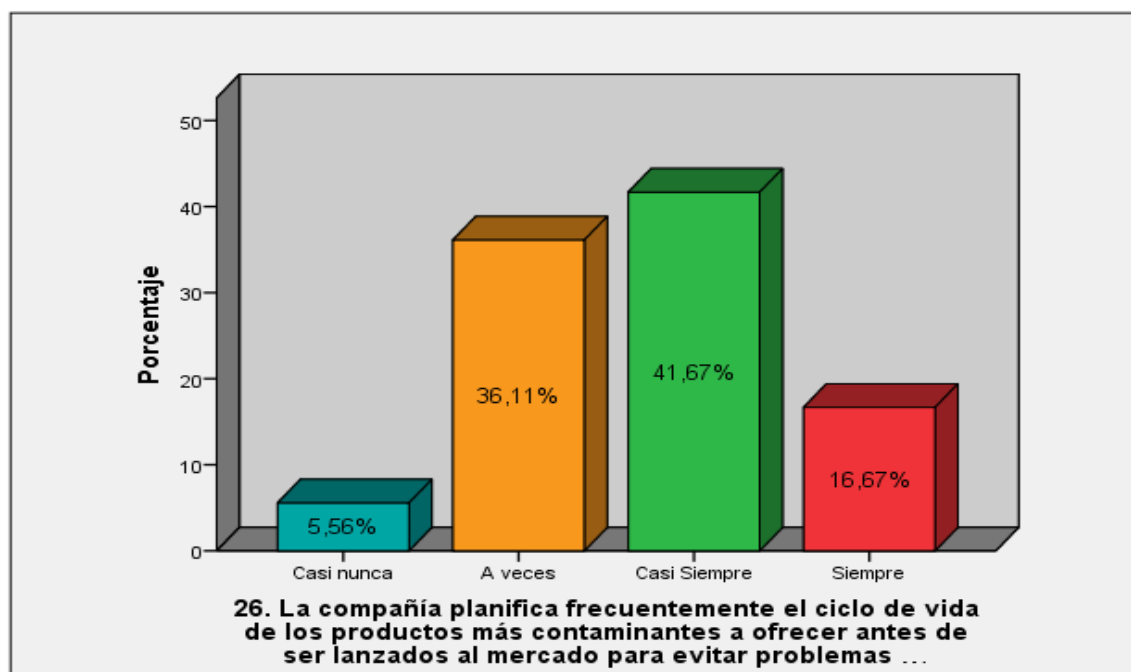


Figura 26: Ítem 26: La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.

Interpretación:

En la tabla 33 y figura 26, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que casi siempre la compañía planifica el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.

Tabla 34.

Ítem 27. La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	8,3	8,3	8,3
A veces	8	22,2	22,2	30,6
Válido Casi Siempre	15	41,7	41,7	72,2
Siempre	10	27,8	27,8	100,0
Total	36	100,0	100,0	

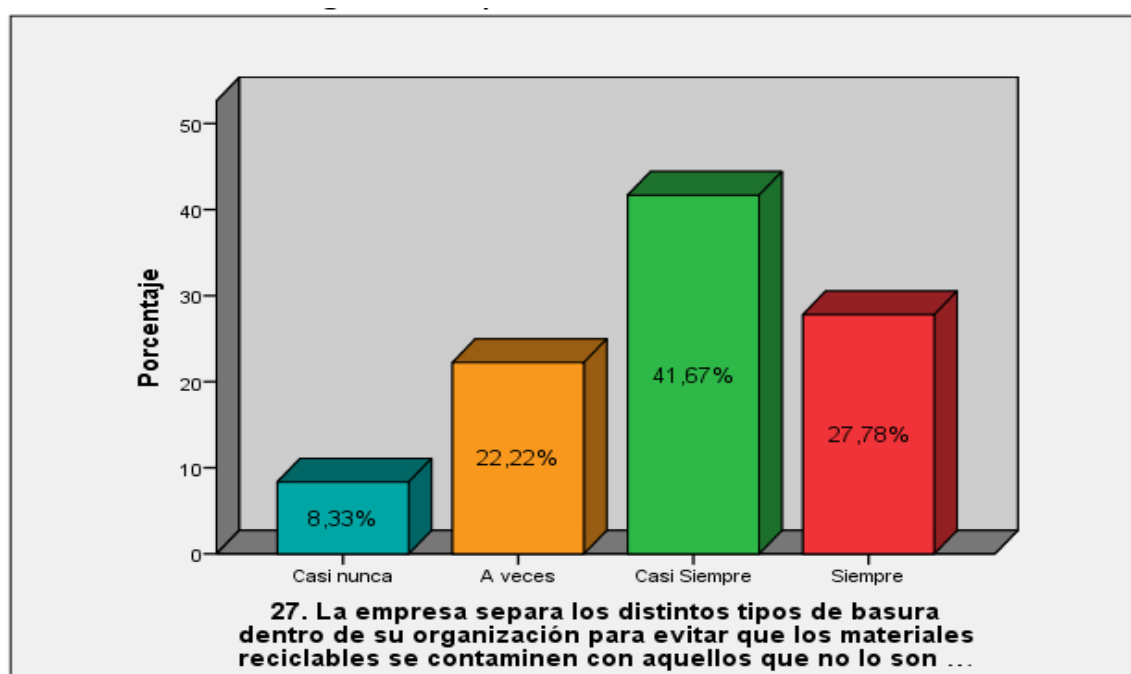


Figura 27: Ítem 27: La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.

Interpretación:

En la tabla 34 y figura 27, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que casi siempre la empresa separa los distintos tipos de basura para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.

Tabla 35.

Ítem 28. Incentiva a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	11,1	11,1	11,1
	A veces	6	16,7	16,7	27,8
	Casi Siempre	15	41,7	41,7	69,4
	Siempre	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

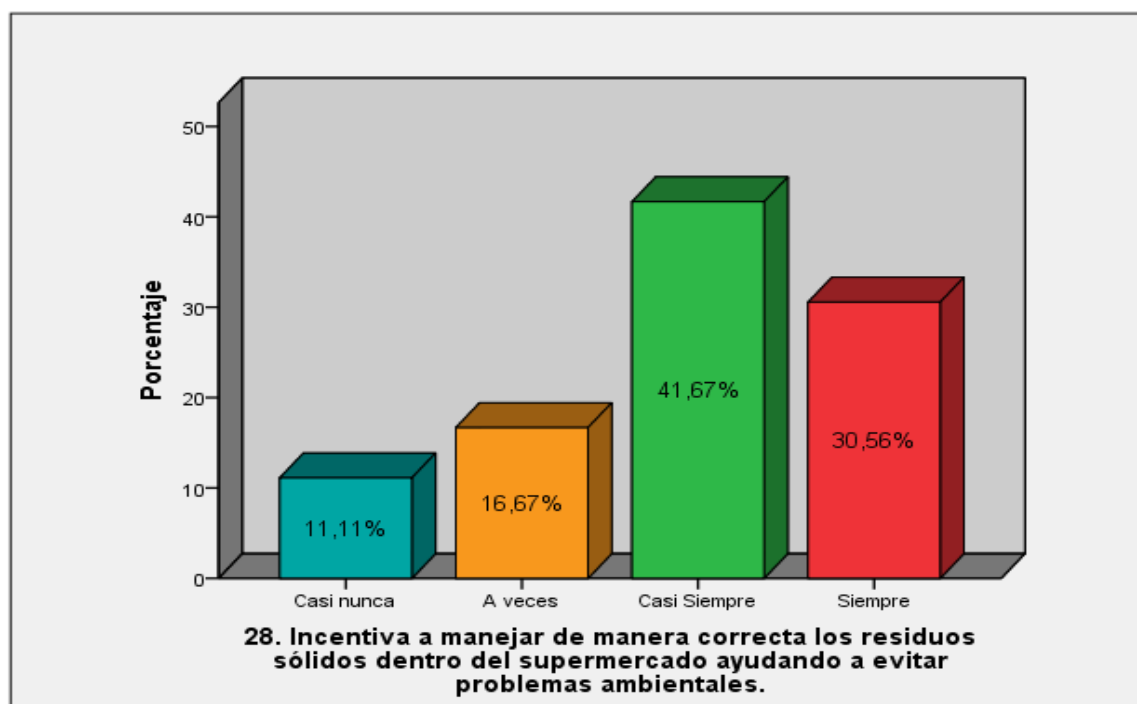


Figura 28: Ítem 28: Incentiva a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.

Interpretación:

En la tabla 35 y figura 28, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 41,67% manifestaron que casi siempre incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.

Tabla 36.

Ítem 29. Realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	2	5,6	5,6	5,6
	A veces	8	22,2	22,2	27,8
Válido	Casi Siempre	14	38,9	38,9	66,7
	Siempre	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

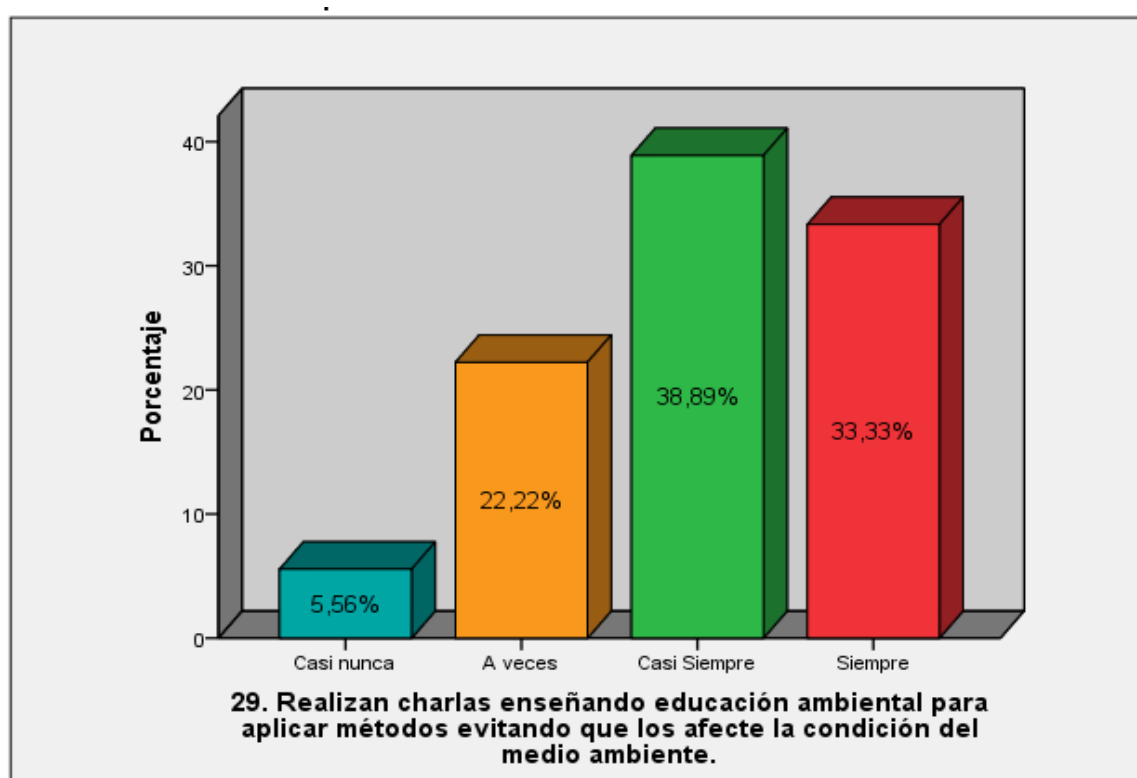


Figura 29: Ítem 29: Realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.

Interpretación:

En la tabla 36 y figura 29, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 38,89% manifestaron que casi siempre realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.

Tabla 37.

Ítem 30. Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	1	2,8	2,8	2,8
	A veces	3	8,3	8,3	11,1
Válido	Casi Siempre	14	38,9	38,9	50,0
	Siempre	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

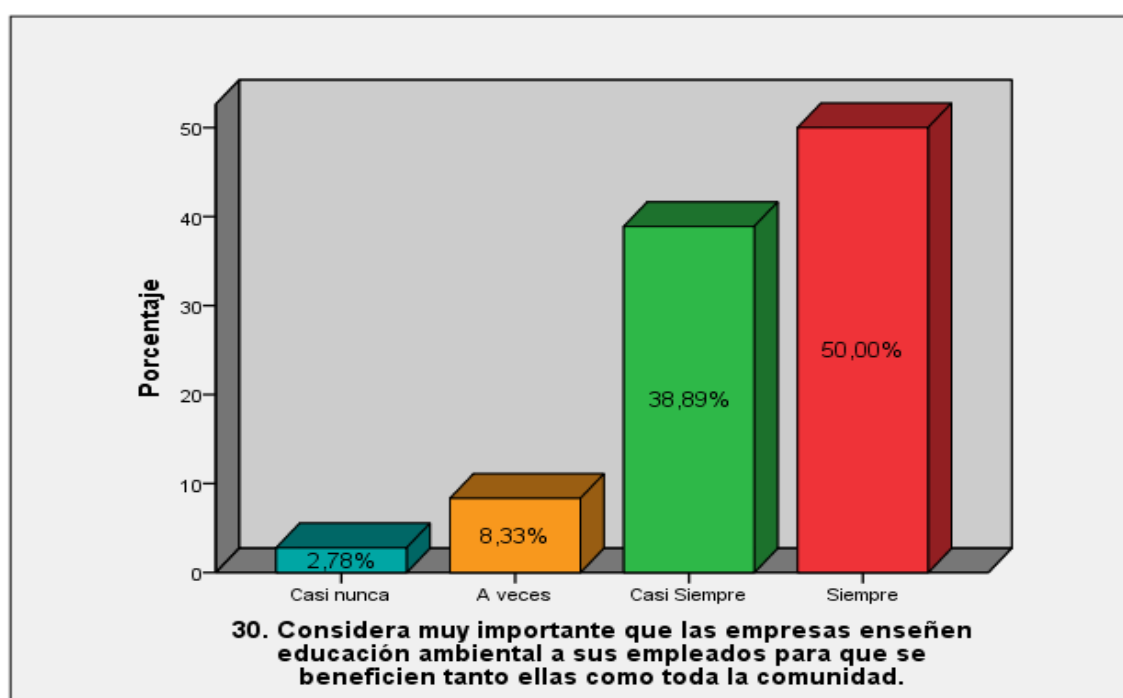


Figura 30: Ítem 30: Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.

Interpretación:

En la tabla 37 y figura 30, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados, el 50,00% manifestaron que siempre consideran muy importante que las organizaciones enseñen educación ambiental a sus colaboradores para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.

3.1.2. Tablas de frecuencias con datos agrupados.

Tabla 38.

Descripción de la variable gobierno corporativo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Moderado	19	52,8	52,8	52,8
Válido	Eficiente	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

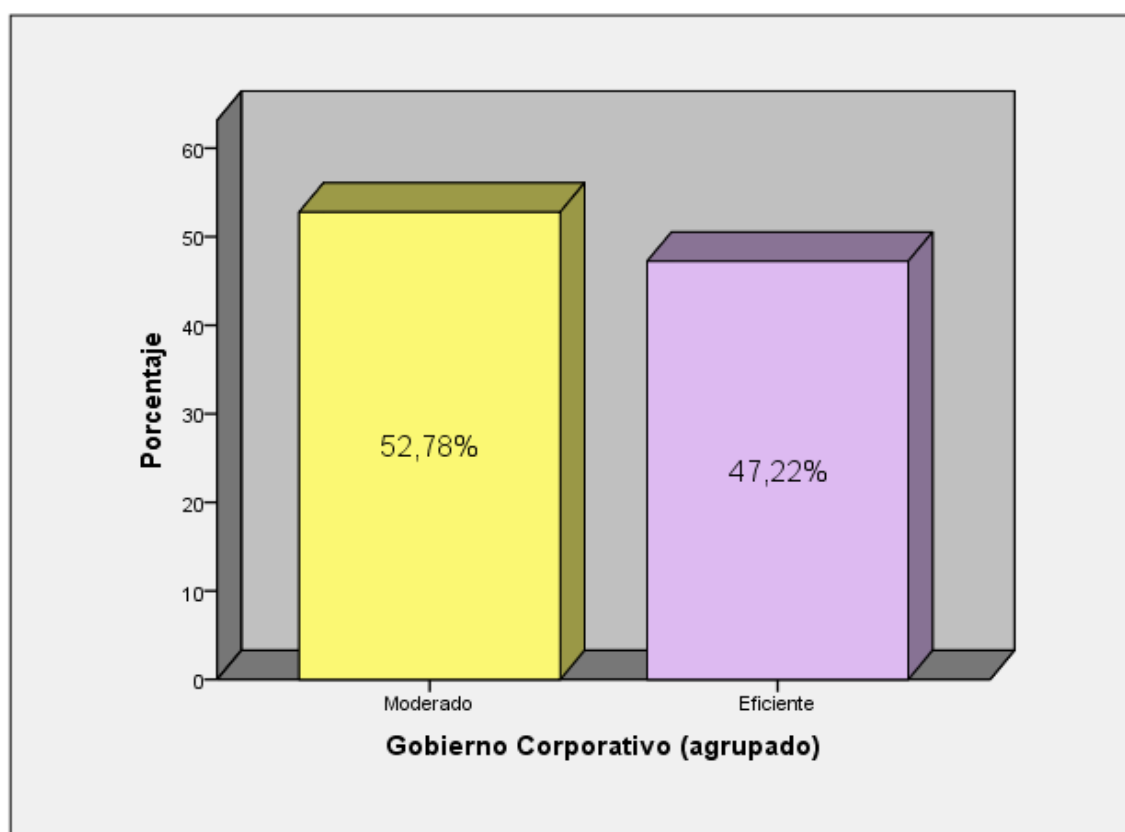


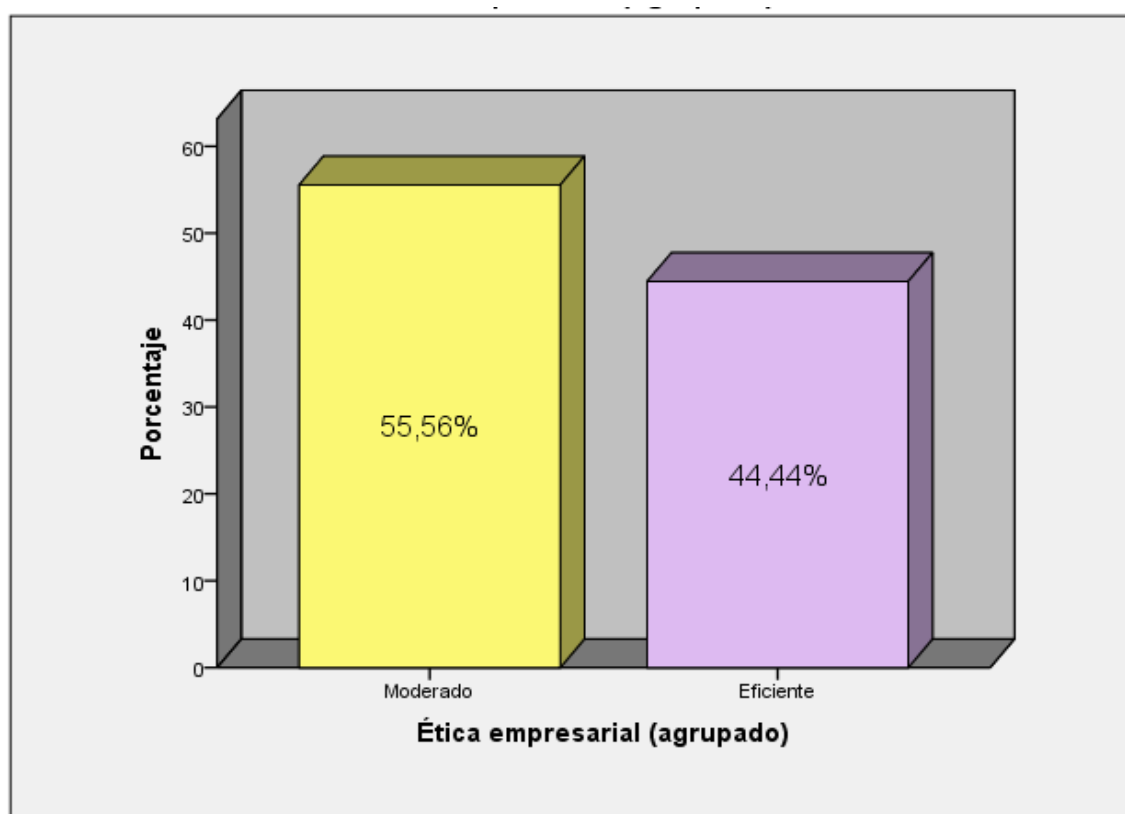
Figura 31: Descripción de la variable gobierno corporativo.

Interpretación:

En la tabla 38 y figura 31, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la variable gobierno corporativo, el cual señala el 52,78%, es decir 19 personas tiene un nivel moderado y el 47,22%, 17 personas, un nivel eficiente.

Tabla 39.*Descripción de la dimensión ética empresarial.*

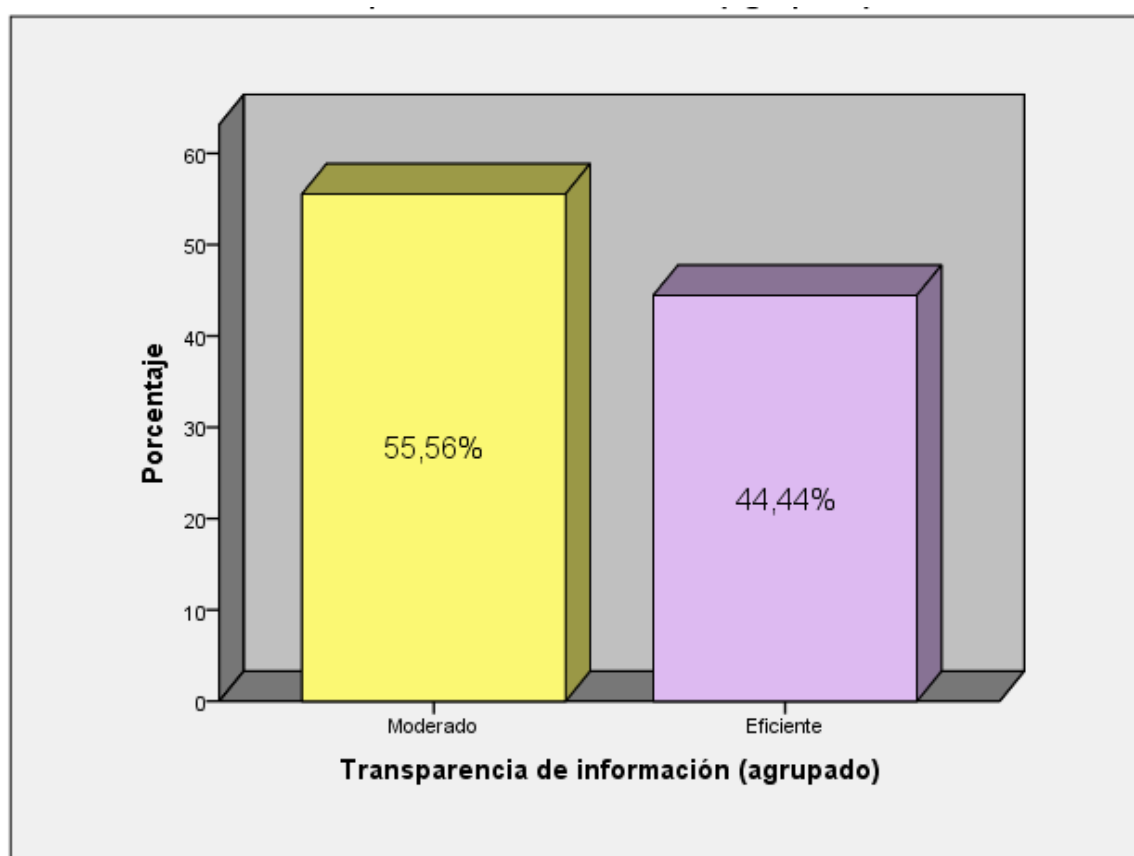
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	20	55,6	55,6	55,6
	Eficiente	16	44,4	44,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

*Figura 32: Descripción de la dimensión ética empresarial.***Interpretación:**

En la tabla 39 y figura 32, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la dimensión ética empresarial, el cual señala el 55,56%, es decir 20 personas tiene un nivel moderado y el 44,44%, 16 personas, un nivel eficiente.

Tabla 40.*Descripción de la dimensión transparencia de información.*

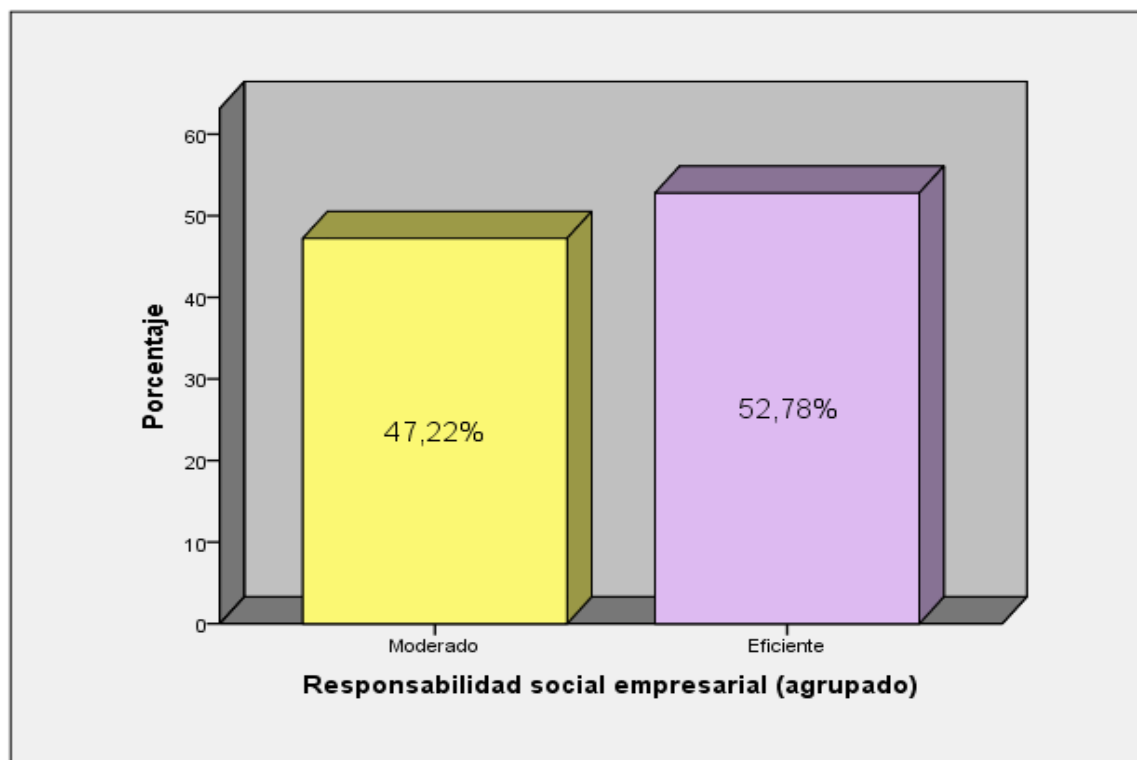
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Moderado	20	55,6	55,6	55,6
Válido	Eficiente	16	44,4	44,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

*Figura 33: Descripción de la dimensión transparencia de información***Interpretación:**

En la tabla 40 y figura 33, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la dimensión transparencia de información, el cual señala el 55,56%, es decir 20 personas tiene un nivel moderado y el 44,44%, 16 personas, un nivel eficiente.

Tabla 41.*Descripción de la variable responsabilidad social empresarial.*

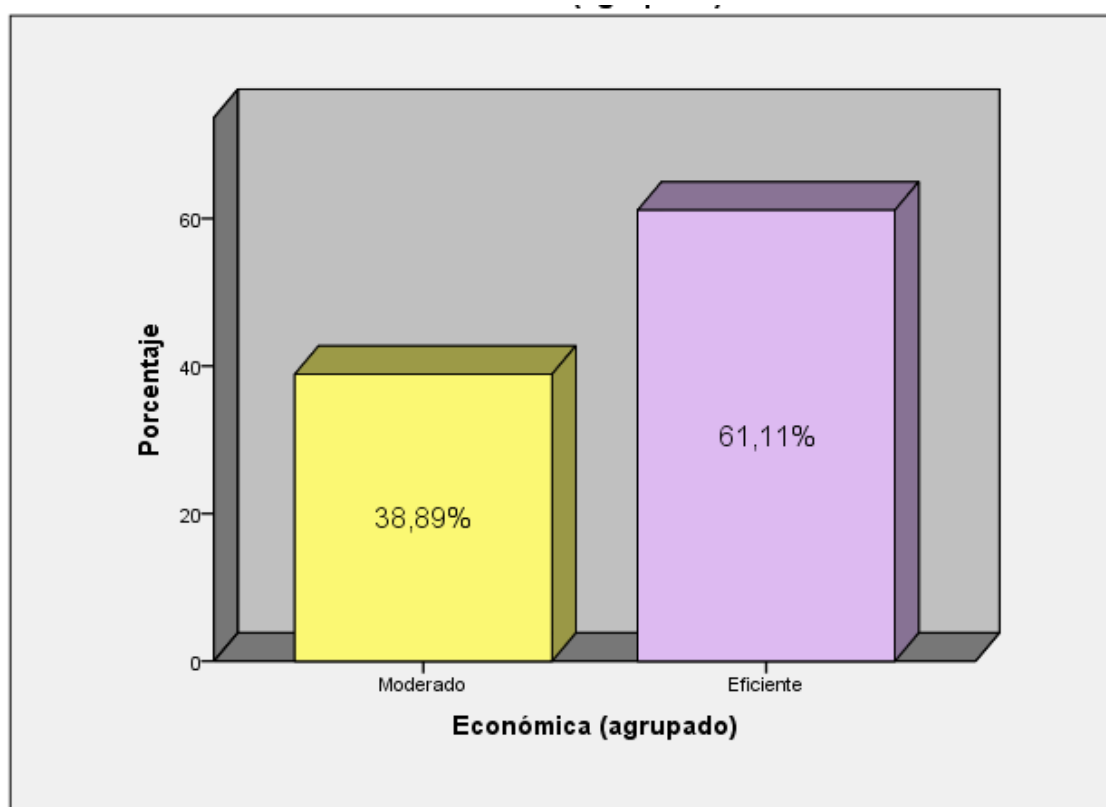
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	17	47,2	47,2	47,2
	Eficiente	19	52,8	52,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

*Figura 34: Descripción de la dimensión transparencia de información***Interpretación:**

En la tabla 41 y figura 34, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la variable responsabilidad social empresarial, el cual señala el 52,78%, es decir 19 personas tiene un nivel eficiente y el 47,22%, 17 personas, un nivel moderado.

Tabla 42.*Descripción de la dimensión económica.*

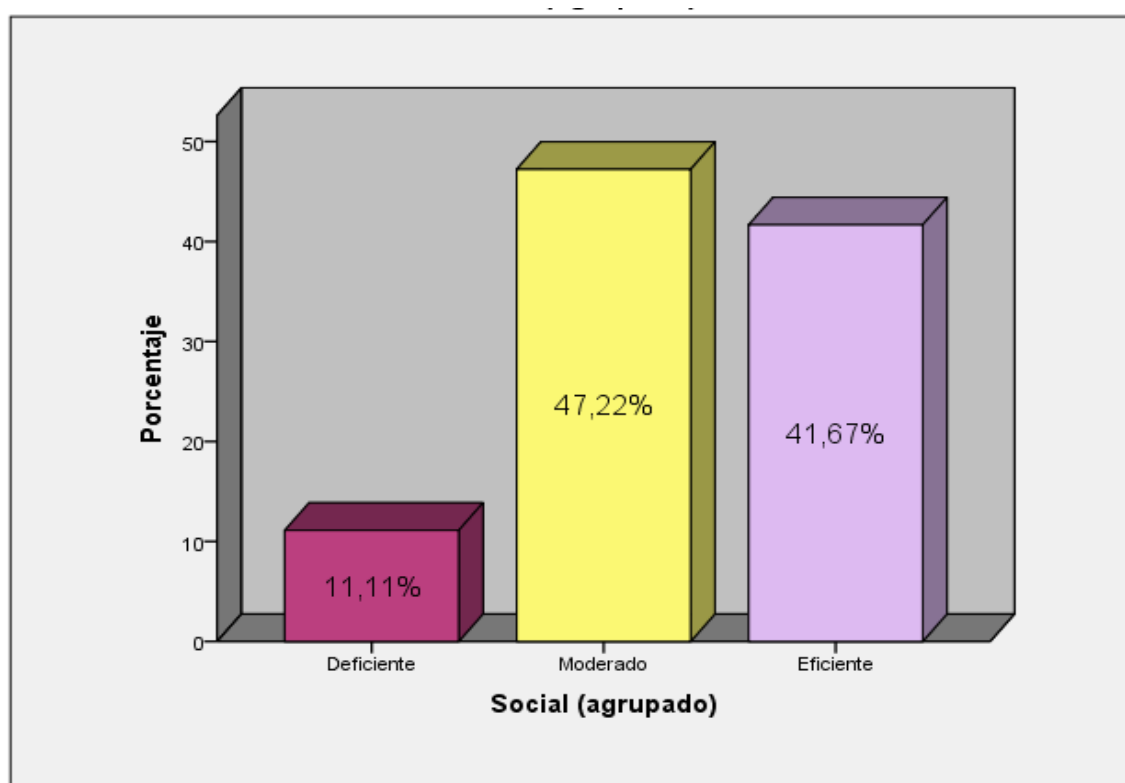
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Moderado	14	38,9	38,9	38,9
Válido	Eficiente	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

*Figura 35: Descripción de la dimensión transparencia de información***Interpretación:**

En la tabla 42 y figura 35, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la variable responsabilidad social empresarial, el cual señala el 61,11%, es decir 22 personas tiene un nivel eficiente y el 38,89%, 14 personas, un nivel moderado.

Tabla 43.*Descripción de la dimensión social.*

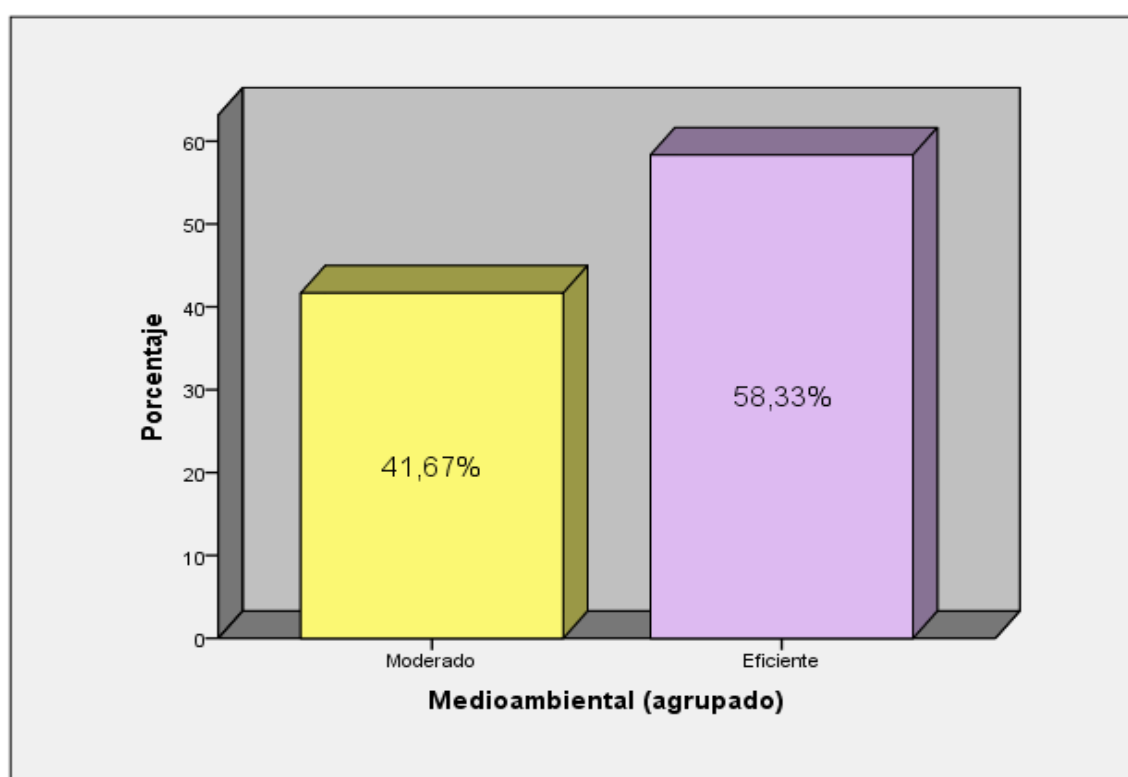
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	4	11,1	11,1	11,1
Moderado	17	47,2	47,2	58,3
Eficiente	15	41,7	41,7	100,0
Total	36	100,0	100,0	

*Figura 36: Descripción de la dimensión transparencia de información***Interpretación:**

En la tabla 43 y figura 36, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la variable responsabilidad social empresarial, el cual señala el 47,22%, es decir 17 personas tiene un nivel moderado, el 41,67%, 15 personas, un nivel eficiente y el 11,11%, las 4 personas un nivel deficiente.

Tabla 44.*Descripción de la dimensión medioambiental.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Moderado	15	41,7	41,7	41,7
Válido	Eficiente	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

*Figura 37: Descripción de la dimensión transparencia de información***Interpretación:**

En la tabla 44 y figura 37, de los 36 encuestados del rubro comercial sector supermercados se observa el nivel de resultados descriptivos de la variable responsabilidad social empresarial, el cual señala el 58,33%, es decir 21 personas tiene un nivel eficiente y el 41,67%, 15 personas, un nivel moderado.

3.1.3. Tablas de contingencias.

Tabla 45.

*Tabla cruzada del Gobierno corporativo (agrupado)*Responsabilidad social empresarial (agrupado).*

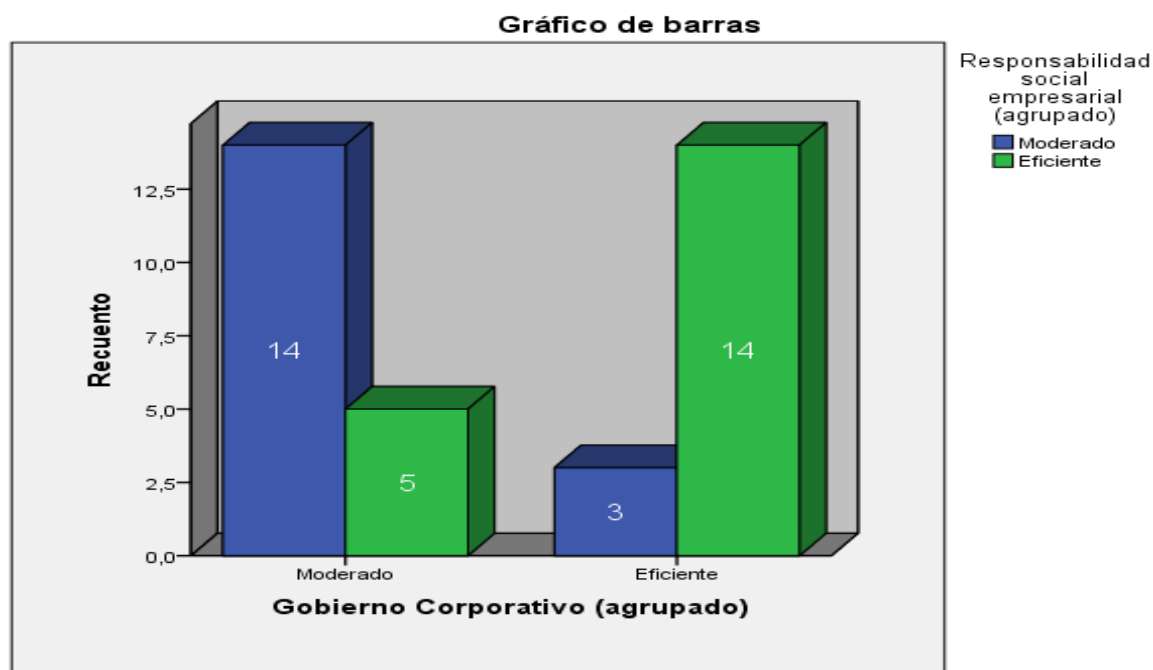
		Responsabilidad social empresarial (agrupado)		Total
		Moderado	Eficiente	
Gobierno Corporativo (agrupado)	Recuento	14	5	19
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	73,7%	26,3%	100,0%
	Moderado			
	% dentro de Responsabilidad social empresarial (agrupado)	82,4%	26,3%	52,8%
	% del total	38,9%	13,9%	52,8%
	Recuento	3	14	17
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	17,6%	82,4%	100,0%
	Eficiente			
	% dentro de Responsabilidad social empresarial (agrupado)	17,6%	73,7%	47,2%
	% del total	8,3%	38,9%	47,2%
Total	Recuento	17	19	36
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	47,2%	52,8%	100,0%
	% dentro de Responsabilidad social empresarial (agrupado)	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	47,2%	52,8%	100,0%

Interpretación:

En la tabla 45, la primera tabla de contingencia, notamos lo siguiente: De las 19 personas que consideran el gobierno corporativo moderado, 14 consideran a la responsabilidad social empresarial moderada y 5 eficiente. El 38,9% del total de personas encuestadas consideran al gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial como moderada; el 82,4% de los que consideran la responsabilidad social empresarial moderado califican al gobierno corporativo como moderado también; el 73,7% de los que califican al gobierno corporativo moderado, califican a la responsabilidad social empresarial moderado también. El 13,9% del total de

los encuestados consideran al gobierno corporativo moderado y la responsabilidad social empresarial eficiente; el 26,3% de los que consideran la responsabilidad social empresarial eficiente y al gobierno corporativo moderado; y el otro igualmente.

Así mismo notamos lo siguiente: De un total de 17 personas consideran el gobierno corporativo eficiente, 3 consideran la responsabilidad social empresarial moderada y 14 eficiente. El 8,3% del total de la muestra considera al gobierno corporativo eficiente y la responsabilidad social empresarial como moderado; el 17,6% de los que consideran la responsabilidad social empresarial moderado califican al gobierno corporativo como eficiente y el otro igualmente. El 38,9% de la muestra consideran al gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial eficientes; el 73,7% de los que consideran a la responsabilidad social empresarial como eficiente califican al gobierno corporativo como eficiente también; el 82,4% que consideran la responsabilidad social empresarial eficiente y al gobierno corporativo eficiente también.



*Figura 38: Tabla cruzada del gobierno corporativo (agrupado)*Responsabilidad social empresarial (agrupado).*

Interpretación:

En la figura 38, se percata que: de los 36 encuestados, 19 consideran al gobierno corporativo moderado y 17 eficiente; como también 17 consideran a la

responsabilidad social empresarial moderado y 19 eficiente. De las 19 personas se estima al gobierno corporativo moderado, el 14 y 5 consideran a la responsabilidad social empresarial moderado y eficiente. De las 17 personas se observa el gobierno corporativo eficiente, el 3 y 14 consideran a la responsabilidad social empresarial moderado y eficiente.

Tabla 46.

*Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Económica (agrupado).*

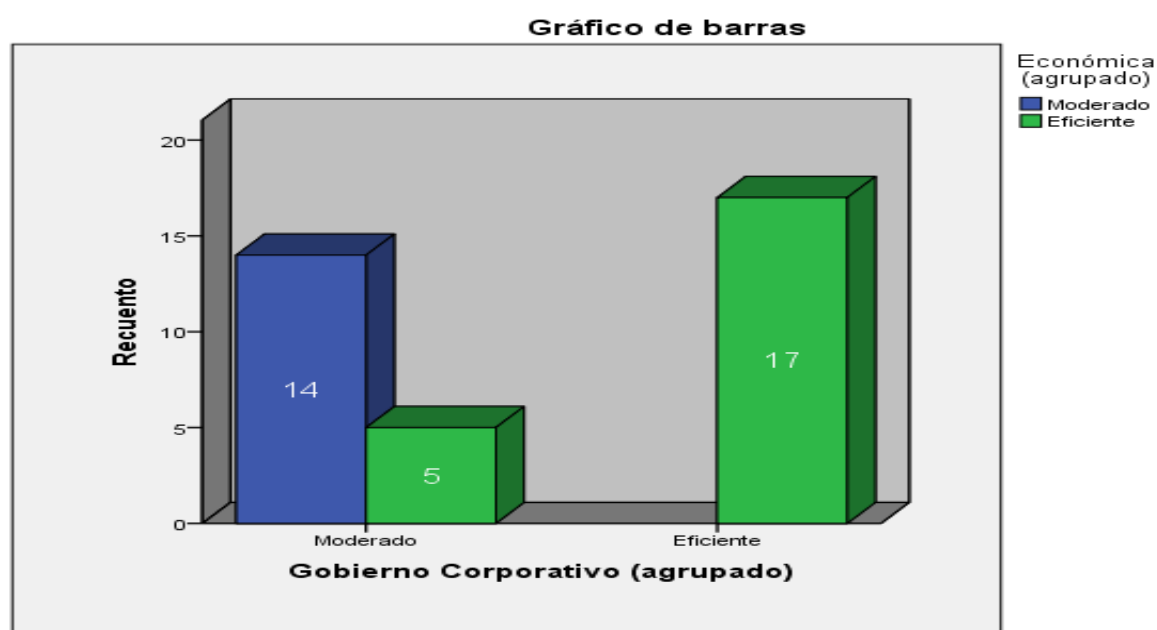
		Económica (agrupado)		Total
		Moderado	Eficiente	
Gobierno Corporativo (agrupado)	Recuento	14	5	19
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	73,7%	26,3%	100,0%
	% dentro de Económica (agrupado)	100,0%	22,7%	52,8%
	% del total	38,9%	13,9%	52,8%
	Recuento	0	17	17
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	0,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de Económica (agrupado)	0,0%	77,3%	47,2%
	% del total	0,0%	47,2%	47,2%
Total	Recuento	14	22	36
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	38,9%	61,1%	100,0%
	% dentro de Económica (agrupado)	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	38,9%	61,1%	100,0%

Interpretación:

En la tabla 46, notamos lo siguiente: De las 19 personas que consideran el gobierno corporativo moderado, 14 consideran a la dimensión económica y 5 eficiente. El 38,9% del total de personas encuestadas consideran al gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial como moderada; el 100% de los que consideran la dimensión económica moderado califican al gobierno corporativo como moderado también; el 73,7% de los que califican al gobierno corporativo moderado, califican a la dimensión económica moderado también. El

13,9% del total de los encuestados consideran al gobierno corporativo moderado y la dimensión económica eficiente; el 22,7% de los que consideran la dimensión económica eficiente y al gobierno corporativo moderado; y el 26,3% de los que consideran a la dimensión económica eficiente califican al gobierno corporativo moderado.

Así mismo notamos lo siguiente: De un total de 17 personas consideran el gobierno corporativo eficiente, estas personas consideran la dimensión económica y gobierno corporativo como eficiente. El 47,2% de la muestra consideran al gobierno corporativo y la dimensión económica; el 77,3% de los que consideran a la dimensión económica como eficiente califican al gobierno corporativo como eficiente también; el 100% que consideran la dimensión económica eficiente califican al gobierno corporativo eficiente también.



*Figura 39: Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Económica (agrupado).*

Interpretación:

En la figura 39, se percata que: de los 36 encuestados, 19 consideran al gobierno corporativo moderado y 17 eficiente; como también 14 consideran a la dimensión económica moderada y 22 eficientes. De las 19 personas se estima al gobierno corporativo moderado, el 14 y 5 consideran a la dimensión económica moderado y eficiente. De las 17 personas se observa el gobierno corporativo y la dimensión económica eficiente.

Tabla 47.*Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Social (agrupado)*

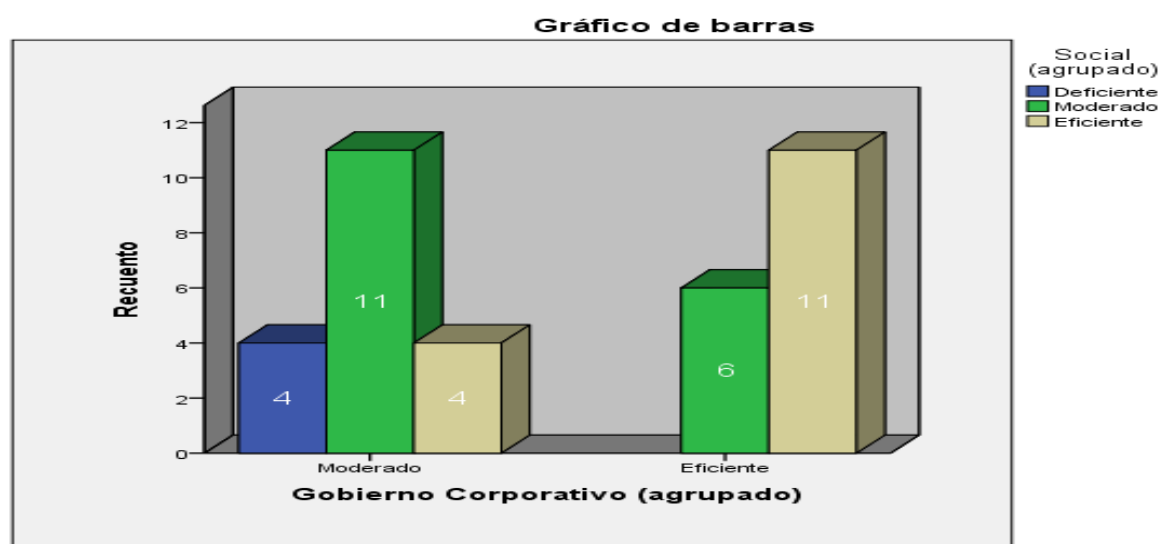
		Social (agrupado)			Total
		Deficiente	Moderado	Eficiente	
Gobierno Corporativo (agrupado)	Recuento	4	11	4	19
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	21,1%	57,9%	21,1%	100,0%
	% dentro de Social (agrupado)	100,0%	64,7%	26,7%	52,8%
	% del total	11,1%	30,6%	11,1%	52,8%
	Recuento	0	6	11	17
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	0,0%	35,3%	64,7%	100,0%
	% dentro de Social (agrupado)	0,0%	35,3%	73,3%	47,2%
	% del total	0,0%	16,7%	30,6%	47,2%
Total	Recuento	4	17	15	36
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	11,1%	47,2%	41,7%	100,0%
	% dentro de Social (agrupado)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	11,1%	47,2%	41,7%	100,0%

Interpretación:

En la tabla 47, notamos lo siguiente: De las 19 personas que consideran el gobierno corporativo moderado, 4 consideran a la dimensión social deficiente, 11 moderada y 4 eficiente. El 11,1% de la población consideran al gobierno corporativo moderado y la dimensión social deficiente; el 100% del total consideran a la dimensión social deficiente califican al gobierno corporativo moderado; el 21,1% de los que consideran al gobierno corporativo moderado califican a la dimensión social deficiente. El 30,6% del total de personas encuestadas consideran al gobierno corporativo y dimensión social como moderada; el 64,7% de los que consideran la dimensión social moderado califican al gobierno corporativo como moderado también; el 57,9% de los que califican al gobierno corporativo moderado, califican a la dimensión social moderado también. El 11,1% del total consideran al gobierno corporativo moderado y la dimensión

social eficiente; el 26,7% de los que consideran la dimensión social eficiente y al gobierno corporativo moderado; y el 21,1% consideran al gobierno corporativo moderado y la dimensión social eficiente.

Así mismo notamos lo siguiente: De un total de 17 personas consideran el gobierno corporativo eficiente, 6 consideran la dimensión social moderada y 11 eficiente. El 16,7% de la muestra considera al gobierno corporativo eficiente y la dimensión social como moderado; el 35,3% de los que consideran la dimensión social moderado califican al gobierno corporativo como eficiente y el otro igualmente. El 30,6% del total consideran al gobierno corporativo y la dimensión social como eficiente; el 73,7% de los que consideran a la dimensión social eficiente califican al gobierno corporativo como eficiente también; el 64,7% que consideran al gobierno corporativo eficiente califican a la dimensión social eficiente también.



*Figura 40: Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Social (agrupado)*

Interpretación:

En la figura 40, notamos que: de los 36 encuestados, 19 consideran al gobierno corporativo moderado y 17 eficiente; como también 4 consideran a la dimensión social deficiente, 17 moderada y 15 eficiente. De las 19 personas se estima al gobierno corporativo moderado, el 4, 11 y 4 consideran a la dimensión social deficiente, moderado y eficiente. De las 17 personas se observa el gobierno corporativo eficiente, el 6 y 11 consideran a la dimensión social moderado y eficiente.

Tabla 48.*Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Medioambiental (agrupado).*

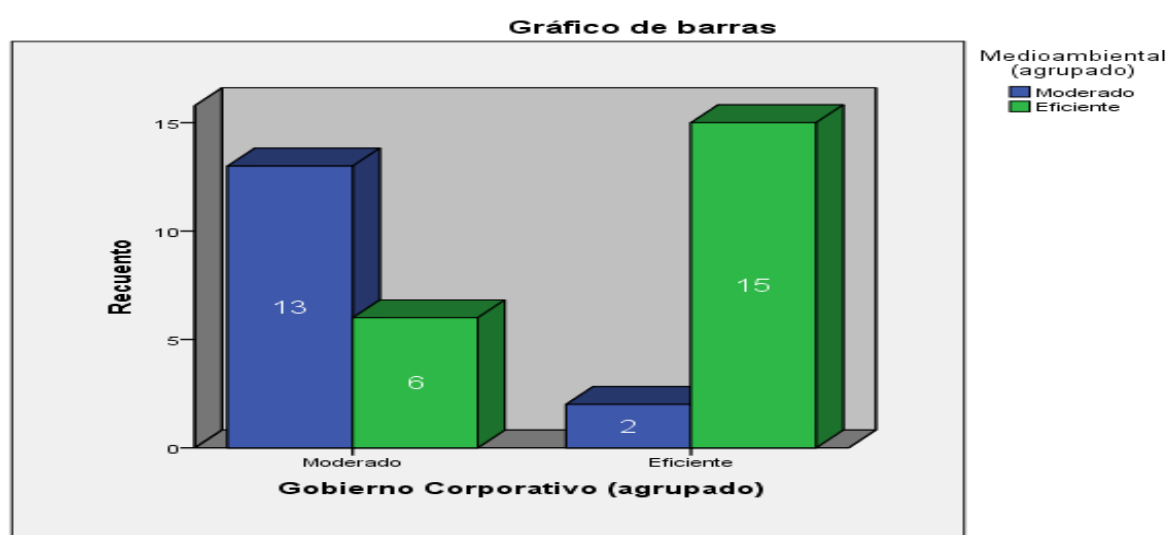
		Medioambiental (agrupado)		Total	
		Moderado	Eficiente		
Gobierno Corporativo (agrupado)	Moderado	Recuento	13	6	19
		% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	68,4%	31,6%	100,0%
		% dentro de Medioambiental (agrupado)	86,7%	28,6%	52,8%
		% del total	36,1%	16,7%	52,8%
		Eficiente	Recuento	2	15
	% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)		11,8%	88,2%	100,0%
	% dentro de Medioambiental (agrupado)		13,3%	71,4%	47,2%
	% del total		5,6%	41,7%	47,2%
	Total		Recuento	15	21
		% dentro de Gobierno Corporativo (agrupado)	41,7%	58,3%	100,0%
% dentro de Medioambiental (agrupado)		100,0%	100,0%	100,0%	
% del total		41,7%	58,3%	100,0%	

Interpretación:

En la tabla 48, notamos lo siguiente: De las 19 personas que consideran el gobierno corporativo moderado, 13 consideran a la dimensión medioambiental moderada y 6 eficiente. El 36,1% del total de personas consideran al gobierno corporativo y dimensión medioambiental como moderada; el 86,7% de los que consideran la dimensión medioambiental moderado califican al gobierno corporativo como moderado también; el 68,4% de los que califican al gobierno corporativo y a la dimensión medioambiental como moderado. El 16,7% de la muestra consideran al gobierno corporativo moderado y la dimensión medioambiental como eficiente; el 28,6% de los que consideran la dimensión medioambiental eficiente y al gobierno corporativo moderado; el 31,6% que

consideran al gobierno corporativo moderado califican a la dimensión medioambiental eficiente.

Así mismo notamos lo siguiente: De un total de 17 personas consideran el gobierno corporativo eficiente, 2 consideran la dimensión medioambiental moderada y 15 eficiente. El 5,6% de la muestra considera al gobierno corporativo eficiente y la dimensión medioambiental como moderado; el 13,3% de los que consideran la dimensión medioambiental moderado califican al gobierno corporativo como eficiente; el 11,8% consideran al gobierno corporativo eficiente califican a la dimensión medioambiental moderado. El 41,7% de los encuestados consideran al gobierno corporativo y la dimensión medioambiental como eficiente; el 71,4% consideran a la dimensión medioambiental como eficiente califican al gobierno corporativo como eficiente también; el 86,2% que consideran la dimensión medioambiental y al gobierno corporativo como eficiente.



*Figura 41: Tabla cruzada del Gobierno Corporativo (agrupado)*Medioambiental (agrupado).*

Interpretación:

En la figura 41, notamos que: de los 36 encuestados, 19 consideran al gobierno corporativo moderado y 17 eficiente; como también 15 consideran a la dimensión medioambiental, 17 moderada y 21 eficiente. De las 19 personas se estima al gobierno corporativo moderado, el 13 y 6 consideran a la dimensión medioambiental moderado y eficiente. De las 17 personas se observa el gobierno corporativo eficiente, el 2 y 15 consideran a la dimensión medioambiental moderado y eficiente.

3.2. Prueba de hipótesis

3.2.1. Hipótesis general

H₀: No existe relación entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

H₁: Existe relación entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 49.

Correlación entre gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial.

		Responsabilidad social empresarial (agrupado)	
		Gobierno Corporativo (agrupado)	
tau_b de Kendall	Gobierno Corporativo (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,560**
		N	,001
	Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Coefficiente de correlación	,560**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,001

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 49, se puede notar el p-valor (Sig.) alcanza 0.001 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se deriva a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna. De igual manera, presenta el coeficiente de correlación Tau_b de Kendall resultó 0.560; lo cual significa una relación directa y moderada. El cual se concluye, que Existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y

Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

3.2.2. Prueba de hipótesis específicas

3.2.2.1. Prueba de hipótesis específica 1

H₀: No existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

H₁: Existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 50.

Correlación entre gobierno corporativo y dimensión económica.

		Gobierno Corporativo (agrupado)		Económica (agrupado)
tau_b de Kendall	Gobierno Corporativo (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,755**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Económica (agrupado)	Coeficiente de correlación	,755**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 50, se puede notar el p-valor (Sig.) alcanza 0.000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se deriva a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna. De igual manera, presenta el coeficiente de correlación Tau_b de Kendall resultó 0.755; lo cual significa una relación directa y moderada. El cual se concluye, que Existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y

Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

3.2.2.2. Prueba de hipótesis específica 2

H₀: No existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

H₁: Existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 51.

Correlación entre gobierno corporativo y dimensión social.

		Gobierno Corporativo (agrupado)		Social (agrupado)
tau_b de Kendall	Gobierno Corporativo (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,469**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	36	36
	Social (agrupado)	Coeficiente de correlación	,469**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	36	36

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 51, se puede notar el p-valor (Sig.) alcanza 0.004 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se deriva a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna. De igual manera, presenta el coeficiente de correlación Tau_b de Kendall resultó 0.469; lo cual significa una relación directa y moderada. El cual se concluye, que Existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

3.2.2.3. Prueba de hipótesis específica 3

H₀: No existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

H₁: Existe relación entre el Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 52.

Correlación entre gobierno corporativo y dimensión medioambiental.

			Gobierno Corporativo (agrupado)	Medioambient al (agrupado)
tau_b de Kendall	Gobierno Corporativo (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,574**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	36	36
	Medioambient al (agrupado)	Coeficiente de correlación	,574**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	36	36

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación:

En la tabla 52, se puede notar el p-valor (Sig.) alcanza 0.001 siendo menor a 0.05. Por lo tanto, se deriva a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna. De igual manera, presenta el coeficiente de correlación Tau_b de Kendall resultó 0.574; lo cual significa una relación directa y moderada. El cual se concluye, que existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.

IV. DISCUSIÓN

El resultado alcanzado en esta presente investigación para la prueba de hipótesis general, se empleó la prueba de Tau_b de Kendall en donde se visualiza en la tabla 50 que se consiguió el p-valor (Sig.) alcanzado de 0.001 siendo esto menor a 0.05, con un coeficiente de 0.560, que representa una relación directa y moderada, por ende se determina qué Gobierno Corporativo se relaciona con Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Resultado semejante al trabajo realizado por Osorio (2018). Titulado “Gobierno corporativo y generación de valor en empresas del sector bancario, Distrito de Los Olivos, 2017” que realizó como prueba de hipótesis de Rho de Spearman que da como resultado un p. valor 0.000 que es menor a 0.005 y por regla de decisión se descarta la hipótesis nula y se accede la hipótesis alterna, con un coeficiente de 0.890, de modo que se concluye esta investigación que existe relación entre gobierno corporativo y generación de valor en empresas del sector bancario, Distrito de Los Olivos, 2017.

El resultado obtenido en el actual trabajo para la prueba de hipótesis específica 1, usando la prueba del Tau_b de Kendall y como se muestra en la tabla 51 que se consiguió el p. valor alcanzado de 0,000 siendo esto menor a 0.05, con un coeficiente de 0. 755, que representa una relación directa y moderada, por lo tanto, se determina que Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Resultado semejante al estudio hecho por De la Barra (2018), titulada “Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica” que realizó como prueba de hipótesis de Rho de Spearman que da como resultado un p. valor 0.000 que es menor a 0.05, con un coeficiente de 0.456, por ello se descarta la hipótesis nula y así afirmar que la responsabilidad económica se relaciona directamente con el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica del departamento de Lima.

El resultado obtenido en el actual trabajo para la prueba de hipótesis específica 1, usando la prueba del Tau_b de Kendall y como se muestra en la tabla 51 que se consiguió el p. valor alcanzado de 0,004 siendo esto menor a 0.05, con un coeficiente de 0. 469, que representa una relación directa y

moderada, por esta razón se determina que Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Resultado semejante al estudio hecho por De la Barra (2018), titulada “Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica” que realizó como prueba de hipótesis de Rho de Spearman que da como resultado un p. valor 0.000 que es menor a 0.05, con un coeficiente de 0.422, es decir tiene una relación directa y positiva, en consecuencia se descarta la hipótesis nula y afirmar que la responsabilidad filantrópica se relaciona directamente con el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica del departamento de Lima.

Finalmente, el resultado que se obtuvo en esta dicha investigación para la prueba de hipótesis específica 3, se utilizó la prueba del Tau_b de Kendall y como se muestra en la tabla 53 que se consiguió el p. valor alcanzado de 0,001 siendo esto menor a 0.05, con un coeficiente de 0. 574, que representa una relación directa y moderada, por este motivo se determina que Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Resultado semejante al estudio hecho por Román & Tarazona (2019). Titulada “Responsabilidad Social Corporativa y la Gestión Administrativa de la Empresa Mega Concreto S.A.C., Huaraz-2018” hizo la prueba de hipótesis de Rho de Spearman que da como resultado con p. valor 0.000 y un coeficiente de 0.749, por consiguiente se concluye que el medio ambiente se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Mega Concreto S.A.C Huaraz, 2018.

V. CONCLUSIONES

A través de la información obtenida en la presente investigación y después de analizar los resultados obtenidos en la ejecución de la discusión nos permite establecer las siguientes conclusiones:

1. Para esta investigación se planteó como objetivo general determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019, según el resultado obtenido de la prueba de hipótesis, se utilizó la prueba del Tau_b de Kendall tal y como se muestra en la tabla 50 donde se obtuvo que existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial, periodo 2019, se concluye que son instrumentos esenciales para la ejecución de los objetivos de una entidad, ya que el Gobierno Corporativo constituye la manera en que son organizadas las compañías, son dirigidas y son vigiladas para lograr sus finalidades definidas. Asimismo, la responsabilidad social empresarial representa la manera de deducir a la organización a partir de los valores y los fines determinados que buscan la generación de valor para todos sus grupos de interés.
2. En el objetivo específico 1 es determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, donde se utilizó la prueba del Tau_b de Kendall tal y como se muestra en la tabla 51 donde se obtuvo que existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Dimensión económica, periodo 2019, se concluye que un gobierno corporativo que implemente como primordial objetivo la generación de valor hacia todos sus grupos de interés, se logrará a definir de buena manera cuando esta logre eficazmente todos los objetivos planteados, así las organizaciones llegaran a aumentar la productividad, disminuir gastos y sobre todo lograr las metas establecidas.
3. En el objetivo específico 2 es determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión social de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de

hipótesis, donde se utilizó la prueba del Tau_b de Kendall tal y como se muestra en la tabla 52 donde se obtuvo que existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Dimensión social, periodo 2019, se concluye que el Gobierno Corporativo enfocado a la Dimensión Social se toma como una herramienta para ayudar a que los empleados sientan confianza y empatía por parte de sus jefes o supervisores. Esto permitirá que crezca la destreza hacia sus labores, reduzca que cambien constantemente al personal y por consecuencia ahorrar posibles gastos por ello, favoreciendo a la calidad de los servicios y por ende la complacencia de los consumidores. Asimismo, ayuda a incrementar positivamente la imagen de la compañía, lo que ayuda a conservar la clientela y el acceso a nuevos mercados.

4. En el objetivo específico 3 es determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, donde se utilizó la prueba del Tau_b de Kendall tal y como se muestra en la tabla 53 donde se obtuvo que existe relación directa y moderada entre el Gobierno corporativo y Dimensión medioambiental, periodo 2019, se concluye que el Gobierno Corporativo está directamente relacionado con la gestión medioambiental, ya que desarrollando un buen Gobierno Corporativo estamos interactuando con todos nuestros Grupo de Interés, más allá de la relación en exclusiva con la sociedad, salvaguardando los recursos naturales para las próximas generaciones, con esto estamos teniendo medidas de protección al medio ambiente.

VII. RECOMENDACIONES

7.1. Recomendaciones a la unidad de estudios

Como resultado del actual trabajo de investigación, se contribuyen las siguientes recomendaciones:

1. Según la tabla 9, donde gran parte de los encuestados mencionan que a veces tienen métodos para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética dentro de su organización por no haber seguido los estándares de calidad necesarios, se les recomienda a sus órganos de gobierno definir roles, responsabilidades y cumplimientos para beneficiar a los consumidores, ya que lo mejor sería disponer de un buen sistema de calidad en el que estén bien identificados los riesgos y definidos e implantados todas las medidas preventivas para que eso no ocurra y evitar las pérdidas económicas.
2. A través de los resultados que muestra en la tabla 12, se recomiendan a las organizaciones participar en asociaciones de carácter empresarial para que existan acuerdos entre empresas para que promuevan el logro de condiciones favorables para ambas partes, se apoyen entre ellas y defiendan sus intereses, con esto se mantendrá una imagen de ética corporativa muy alta y se promoverá la armonía entre empresarios evitando discrepancias que apoyen la competencia desleal.
3. En la tabla 21, se afirma que dentro de las organizaciones existen errores en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna, para esto se recomienda monitorear periódicamente las cantidades de dinero que se manejan y el destino que tendrán, a pesar del tiempo ésta tarea de prevención te evitará cualquier problema; también se recomienda mantener un registro correcto de los gastos y evitar perder recibos, ya que tener un registro adecuado de los ingresos y egresos ahorraría tiempo y dinero ayudando a evitar problemas a corto plazo.
4. En el resultado de la tabla 23, también se recomienda contar con estrategias de negocio orientadas a generar valor a los clientes, ya que si las organizaciones buscan fidelidad por parte de ellos es bueno que el cliente perciba alguna diferencia positiva en beneficio para él, sintiéndose así realmente agradecido por lograr lo que esperaba, necesitaba o quería;

consecuentemente de atraer nuevos consumidores y retener a los ya existentes.

5. En la tabla 28, se refleja que siempre y casi siempre las organizaciones generan un buen clima laboral a sus empleados, esto es recomendable ya que interviene concisamente en la satisfacción de ellos y por ende repercutirá en la productividad hacia sus labores dentro de la organización, por esa razón es puntual procurar atención a todos los elementos que contribuyen y puedan perjudicar su bienestar.
6. En la tabla 33, según el resultado obtenido las compañías casi siempre planifican el ciclo de vida de los productos más contaminantes para evitar problemas ambientales, ya que gran parte de los compradores no se preocupan en la preservación de los recursos naturales y al cuidado del planeta, a la vez no dejan de lado exigir mucha calidad de los bienes y servicios que adquieren y pagan siendo totalmente contaminantes, por eso la industria afronta el desafío de producir con alta calidad y satisfacer las expectativas de los clientes; por eso se recomienda que hoy en día las empresas deban preocuparse más en cuidar el impacto ambiental que tiene su proceso desde su inicio hasta su fin.

7.2. Recomendaciones académicas

Se recomienda a los próximos investigadores que tengan como propósito tomar el tema de Gobierno Corporativo, analizar y utilizar otros elementos estadísticos, dependiendo los rubros o sectores de las empresas, para que puedan tener un análisis mucho más amplio de lo que se espera, ya que así se podrán establecer más síntesis de juicio aprovechando los antecedentes encontrados, considerando que en nuestro país la aplicación del Gobierno Corporativo se ha vuelto de carácter obligatorio a partir del año 2014.

Ésta investigación no está hecha para dar respuestas exactas acerca de la aplicación del Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social en los supermercados del Distrito Cercado de Lima, pero buscamos que sirva como aporte para los futuros tesis como algún punto de partida para futuros temas de investigación o quizá combinarlas con el fin de enriquecer este tema planteado.

REFERENCIAS

- Abolacio, M. (2019). Gestión contable. ADGD0108. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=WRqNDwAAQBAJ&pg=PT55&dq=GESTI%C3%93N+CONTABLE+ARTICULO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjrtLGH-43IAhXhs1kKHW25DPIQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
- Alcalá, M. (2014). Reputación Corporativa - Fundamentos conceptuales. Mindvalue, 1 - 35 Recuperado de: <http://www.mindvalue.com/reputacion.pdf>
- Alija, T. (2017). Approaches and economic and social perspectives of corporate responsibility. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 33(58), 90-102. Doi: <https://dx.doi.org/10.25100/cdea.v33i58.4508>
- Alija, T. (2017). Approaches and economic and social perspectives of corporate responsibility. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 33(58), 90-102. Doi: <https://dx.doi.org/10.25100/cdea.v33i58.4508>
- Almeida, J. & Porto, J. (2019). Ethical climate index: evidence of validity of the brazilian version. RAM. *Revista de Administração Mackenzie*, 20(3), 1-28. Doi: <https://dx.doi.org/10.1590/1678-6971/eramg190030>
- Baca, P., Gil, E., Troncos, C. & Zamudio, A. (2017). *El Gobierno Corporativo y el Valor Financiero en el Sector Bancario en el Perú* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación - Serie integral por competencias*. Recuperado: <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Banco continental BBVA (2017). Manual teórico práctico del “Curso de Transparencia de Información”. Lima- Perú, p. 7 – 10.
- Bernal, I., Pedraza, N., & Sánchez, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 31 (134), 8-19. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21233043002>

- Biasoli, S. & Sorrentino, M. (2018). Dimensions of public environmental education policies: the necessary inclusion of everyday politics. *Ambiente & Sociedade*, 21, 1-18. Doi: <https://dx.doi.org/10.1590/1809-4422asoc0144r2vu18l2ao>
- Bonás, C. (enero, 2017). Cómo hacer la gestión de la contabilidad. UnComo. Recuperado de: <https://negocios.uncomo.com/articulo/como-hacer-la-gestion-de-la-contabilidad-21133.html>
- Campomanes, E. (2015). *Ética Empresarial: Ideas, reflexiones y casos*. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=aiQbDQAAQBAJ&dq=%C3%89tica+empresarial+es+mejorar+la+calidad+humana+de+las+organizaciones+para+obtener+comportamientos+m%C3%A1s+eficientes+y+m%C3%A1s+rentables.+En+nuestra+opini%C3%B3n,+la+conjunci%C3%B3n+de+la+aptitud+\(el+conocimiento,+la+t%C3%A9cnica+y+la+experiencia\)+y+la+actitud+\(la+relevancia+de+los+valores+y+los+compromisos+%C3%A9ticos\)&source=gs_navlinks_s](https://books.google.com.pe/books?id=aiQbDQAAQBAJ&dq=%C3%89tica+empresarial+es+mejorar+la+calidad+humana+de+las+organizaciones+para+obtener+comportamientos+m%C3%A1s+eficientes+y+m%C3%A1s+rentables.+En+nuestra+opini%C3%B3n,+la+conjunci%C3%B3n+de+la+aptitud+(el+conocimiento,+la+t%C3%A9cnica+y+la+experiencia)+y+la+actitud+(la+relevancia+de+los+valores+y+los+compromisos+%C3%A9ticos)&source=gs_navlinks_s)
- Chernyak, L. & Tziner, A. (2014). Relationships between counterproductive work behavior, perceived justice and climate, occupational status, and leader-member exchange. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(1), 1-12. Doi: <https://dx.doi.org/10.5093/tr2014a1>
- Córdova, J. (2015). *Teoría de recursos y capacidades*. Recuperado de: <http://recursoscapacidades97.blogspot.com/>
- Correa, J., Gómez, S., & Londoño, F. (2018). Indicadores financieros y su eficiencia en la explicación de la generación de valor en el sector cooperativo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(2), 129-144. <https://dx.doi.org/10.18359/rfce.3859>
- Cruz, S., Escobedo, A. y Villafuerte, R. (2017) *Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social en Empresas de la Bolsa de Valores de Lima* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

- Cuba, A. (2018). *Corporate social responsibility and its influence on the reputation of a company – a case study of Morgan Stanley* (Master's Thesis). Aalborg University.
- De la Barra, L. (2018). Responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de la industria farmacéutica. (Tesis de posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- De La Cuesta, M. & Cueto, C. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=6wWNDgAAQBAJ&pg=PT20&dq=Teor%C3%ADa+instrumental+Friedman+rse&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi67Oq009XiAhVtoFkKHxN5DBUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20instrumental%20Friedman%20rse&f=false>
- De la Torre, N. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible en el Parque Industrial del Cantón Ambato* (tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato.
- Della, M. & Domingo, P. (2018), El Bienestar Social asociado a los Valores Humanos en usuarios de transporte público de la Zona Sur del Gran Buenos Aires. *Revista Transporte y Territorio*, 18, 285-309. Recuperado de: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/4938>
- Drucker, P. (18 de junio del 2015). *La reputación corporativa: lo que es y lo que parece ser*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://www.villafane.com/reputacion-corporativa-que-es-y-que-parece-ser/>
- Escobar, N., Benavides, J. & Perafán, H. (2016). Gobierno corporativo y desempeño financiero: conceptos teóricos y evidencia empírica. *Cuadernos de contabilidad*, 17 (43), 203-254. Doi: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc17-43.gcdf>
- Flores, J. & Rozas, A. (s.f). *El gobierno corporativo: un enfoque moderno*. Recuperado

de:<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/2065/1791>

- Galarza, K. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial del Sector Curtiembres de la zona de planificación del Ecuador* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato.
- Ganga, F., Ramos, M., Leal, A. & Valdivieso, P. (2015). Teoría de agencia (TA): supuestos teóricos aplicables a la gestión universitaria. *Innovar*, 25 (57), 11-26. Doi: <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50324>
- García, O., Quintero, J. & Arias, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. *Cuadernos de Administración*, 27 (49), 87-108
- Gomes, P., Fernandes, M. & Carvalho, J. (2017). Use of performance information by local politicians: a field study in the Portuguese context. *Revista de Administração Pública*, 51(6), 968-986. Doi: <https://dx.doi.org/10.1590/0034-7612158331>
- Gómez, A. & Palafox, G. (2014). Ética: La persona y la generación de riqueza en la empresa. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=B-rhBAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=generacion+de+valor&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwil7O7e4qjjAhWQo1kKHVKGC-4Q6AEIYjAK#v=onepage&q&f=false>.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jiménez, D. & Jiménez, E. (2016). Clima laboral y su incidencia en la satisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo. *Revista Ciencia UNEMI*, 9 (18), 26-34.

- Jiménez, J., Yebra, A. & Guerrero, F. (2015). Las bases de la Educación Ambiental. *Revistas electrónicas*, 6 (1), 1-11. Recuperado de: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ininv/article/view/2481/2037>
- Kokemuller, N. (febrero, 2018). Tipos de reportes contables. Cuida tu dinero. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13176555/tipos-de-reportes-contables>
- La OECD (2016). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=RJbDAAAQBAJ&dq=Se+propone+difundir+informaci%C3%B3n+suficiente+y+lo+bastante+exhaustiva+como+para+informar+completamente+a+los+inversores+sobre+los+riegos+materiales+y+previsibles+que+afectan+a+la+empresa&source=gbp_navlinks_s
- López, F. & Bellostas, A. (2017). Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance Practices in Spanish Ethical Mutual Funds: Analysis of Investee Companies. *Innovar*, 27(65), 139-151. Doi: <https://dx.doi.org/10.15446/innovar.v27n65.65068>
- López, M., Perusquía, J., Valladares, O., Villalón, R. & Ramírez, M. (2015, diciembre). La responsabilidad social empresarial, compromiso con la comunidad y el cuidado del medio ambiente. *Sotavento M.B.A*, 26, 54-60. Doi: <https://doi.org/10.18601/01233734.n26.06>.
- Maldonado, J. (2015). *Metodología de la investigación (Fundamentos)*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/#pf26>
- Maldonado, M. (julio, 2016). Clima Laboral, Un impulso a la productividad. El Universal. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/emprendedor/2016/07/19/clima-laboral-un-impulso-la-productividad>
- Marquina, F., Arellano, B. & Velasquez, I. (2014). A new approach for measuring corporate reputation. *Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 53-66. Doi: <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020140102>

- Méndez, M. (2016). Gobierno corporativo como mecanismo de transparencia en las organizaciones. *La Salle*, 1 – 21. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28090/11092021_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Menéndez, F., Peña, E., Fonseca, E. & Muñiz, J. (2017). Computerized Adaptive Assessment of Organizational Climate. *Anales de Psicología*, 33(1), 152-159. Doi: <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.33.1.225921>
- Montesinos, S. (2018). Problemas ambientales en el Perú. *Formagro*, 20, 1-20. Recuperado de: <https://www.formagro.org/problemas-ambientales-en-el-peru/>
- Muñoz, C. (2011). Buen gobierno corporativo. *ESPAE*. (pp. 8 – 11). Recuperado de: <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/buengobiernocorporativo.pdf>
- Nájera, F. (2015). Empresa responsable: triple dimensión económica, social y medioambiental [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://www.i-ambiente.es/?q=blogs/rsc-empresa-responsable-triple-dimension-economica-social-y-medioambiental>
- Niemeyer, J. & Cavazotte, F. (2016). Ethical leadership, leader-follower relationship and performance: a study in a telecommunications company. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(2), 67-92. Doi: <https://dx.doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n2p67-92>
- Niño, D. (2015). Corporate social responsibility of Colombian tobacco industry: Is it a strategy?. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 15(29), 113-134. Doi: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89532015000200008&lng=en&tlng=en.
- Orozco, J. & Ferré, C. (2019). The Effects of Branding Intangibles on Corporate Reputation: A complete value chain analysis in the case of Catalonia Television. *Revista de Comunicación*, 18(1), 111-134. Doi: <https://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A6>

- Osorio (2018). En su tesis titulada: *“Gobierno corporativo y generación de valor en empresas del sector bancario, Distrito de Los Olivos, 2017”* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo.
- Paniagua, R. (2015). *Metodología para la validación de una escala o instrumento de medida*. Recuperado de: <http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/d76a0609-c62d-4dfb-83dc-5313c2aed2f6/METODOLOG%C3%8DA+PARA+LA+VALIDACI%C3%93N+DE+UNA+ESCALA.pdf?MOD=AJPERES>
- Parra, R., Guzmán, B., & Chamorro, E. (2018). Strategy and generation of value in Colombian service-providing companies. *Cuadernos de Administración* (Universidad del Valle), 34(61), 17-30. <https://dx.doi.org/10.25100/cdea.v34i61.6005>
- Peribáñez, E. y Sánchez, V. (2016). *Responsabilidad social corporativa. El papel de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales en la promoción de la RSC*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=JrexDgAAQBAJ&dq=responsabilidad+social+corporativa&source=gbs_navlinks_s
- Puentes, R., Antequera, J. & Velasco, M. (2018). La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. 2, 1-15. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740076>
- Ramírez, O. (2015). Identificación de problemáticas ambientales en Colombia a partir de la percepción social de estudiantes universitarios localizados en diferentes zonas del país. *Revista internacional de contaminación ambiental*, 31(3), 293-310. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-49992015000300009&lng=es&tlng=es.
- Restrepo, J., Guzmán, A. & Trujillo, D. (2012). *Gobierno corporativo en las instituciones de educación superior en Colombia*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=v4F-DwAAQBAJ&dq=La+revelaci%C3%B3n+de+informaci%C3%B3n+constituy>

e+un+mecanismo+adicional+que+pretende+reducir+los+conflictos+entre+las+empresas+y+sus+grupos+de+inter%³A9s,+buscando+generar+un+conocimiento+m%³A1s+profundo+de+la+situaci%³B3n+financiera+de+la+empresa,+los+esquemas+de+compensaci%³B3n+de+sus+ejecutivos&source=gbs_navlinks_s

Ríos, M.; López, A.; López, C. (2015). Ética Y Calidad Laboral: Impacto En El Desempeño Empresarial. Un Estudio Empírico, 3, 308 – 320. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4815/481547178026.pdf>

Román, R. & Tarazona, M. (2019). En su tesis titulada “Responsabilidad Social Corporativa y la Gestión Administrativa de la Empresa Mega Concreto S.A.C., Huaraz-2018”. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Huaraz, Perú.

Salehi, M., Jamalikazemini, B. & Farhangdoust, S. (2018). Board compensation and disclosure quality: Corporate governance interference. *Contaduría y administración*, 63(4), 1-30. Doi: <https://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1653>

Tubón, S. (2018). *El gobierno corporativo y la rentabilidad de las cooperativas del segmento 2 de la Provincia de Tungurahua* (tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato.

Tziner, A., Felea, M. & Vasiliu, C. (2015). Relating ethical climate, organizational justice perceptions, and leader-member exchange (LMX) in Romanian organizations. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 31(1), 51-57. Doi: <https://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2015.02.005>

Universidad Naval (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf

Warnick, B., Rodrigo, P., Albrecht, C., & Stephens, N. (2014). Individual Scholar Productivity Rankings in Business Ethics Research. *Innovar*, 24(54), 183-198. Doi: <https://dx.doi.org/10.15446/innovar.v24n54.46719>

Zúñiga, O. & Sandoval, R. (2016). Política de clasificación, manejo y difusión de la información. Pesquera Exalmar. Recuperado de: <http://www.exalmar.com.pe/wp-content/uploads/2016/04/HI-16.12.14-pol%C3%ADtica-informaci%C3%B3n-2.pdf>

ANEXOS.

Anexo 1: Matriz de consistencia

Anexo 2: Instrumento

Anexo 3: Validación

Anexo 4: Autorización para el acceso a información

Anexo 5: Base de datos

Anexo 6: Análisis de Fiabilidad ítem por ítem

Anexo 7: Porcentaje de Turnitin

Anexo 8: Encuestas realizadas

ANEXO 1: Matriz de consistencia

“Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	GOBIERNO CORPORATIVO	.Apropiado ambiente ético .Difusión de la información entre los trabajadores .Reputación corporativa .Revelación correcta de información .Adecuada aplicación de la gestión contable .Validez de los reportes contables	TIPO DE ESTUDIO
¿Qué relación tiene Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?	Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.	Gobierno Corporativo se relaciona con Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.			El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional.
ESPECÍFICO	ESPECÍFICO	ESPECÍFICO			DISEÑO DE ESTUDIO
¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?	Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.	Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión económica de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.			El tipo de diseño a realizar es no experimental, ya que no se manipulará las variables.
¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión social de	Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión social de	Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión social de			POBLACIÓN Y MUESTRA
					Se utilizará el muestro no probabilístico.

Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?	Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.	Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	.Creación de valor .Capacidad de innovación .Clima Organizacional .Bienestar Social .Problemas ambientales .Educación ambiental	TAMAÑO DE MUESTRA
¿Qué relación tiene Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019?	Determinar qué relación existe entre Gobierno Corporativo y Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.	Gobierno Corporativo se relaciona con Dimensión medioambiental de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019.			12 Supermercados TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: La técnica que se utiliza es la encuesta. Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.

ANEXO 2: Instrumento

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					

11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					

Anexo 3: Validación



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Aguilar Culquicondor, Juan Carlos

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

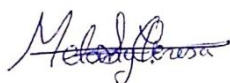
El título del proyecto de investigación es: ***"Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del distrito Cercado de Lima, periodo 2019"*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de contabilidad, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Soto Chirinos Melany Teresa
D.N.I: 72665874



Firma
Luna Sulca Omar Eduardo
D.N.I: 74084742



Observaciones:

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Juan Luis Acuña Cárdenas DNI: 09567956

Especialidad del validador:..... *CladNaua - Constabilidad.*

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....09 de octubre del 2019

Firma del Experto Informante.
Especialidad

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. . Ponce Caceda, Juan Manual

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

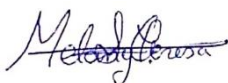
El título del proyecto de investigación es: ***"Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del distrito Cercado de Lima, periodo 2019"*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de contabilidad, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Soto Chirinos Melany Teresa
D.N.I: 72665874



Firma
Luna Sulca Omar Eduardo
D.N.I: 74084742



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Collahua Enciso, Jorge

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: *"Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del distrito Cercado de Lima, periodo 2019"* y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de contabilidad, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

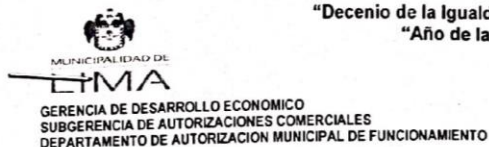
Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma
Soto Chirinos Melany Teresa
D.N.I: 72665874

Firma
Luna Sulca Omar Eduardo
D.N.I: 74084742

Anexo 4: Autorización para el acceso a información.



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Lima, 21 de junio de 2019

CARTA Nro. 674-2019-MML-GDE-SAC-DAMF

SRTA. SOTO CHIRINOS MELANY TERESA
Cond. Los Pinos Edif. 12 Dpto. 503, Parque de El Agustino
EL AGUSTINO.-

REF. : Documento Simple N° 201948-2019

Por el presente me dirijo a usted para saludarla cordialmente y en atención al documento de la referencia, a través del cual solicita información del rubro de **SUPERMERCADOS** con Licencia de Funcionamiento en el Cercado de Lima.

Sobre el particular, le hago llegar un listado de Licencias de Funcionamiento otorgadas y que se encuentran vigentes, para el rubro de **SUPERMERCADOS** en el Cercado de Lima, para su conocimiento y fines correspondientes.

Sin otro particular, quedo de usted,

Atentamente,


MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO
SUBGERENCIA DE AUTORIZACIONES COMERCIALES
.....
MARIELLA PERALTA ZAMORA
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE AUTORIZACION
MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO

MPZ/mesg.-

DEPARTAMENTO DE AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO
Pasaje Santa Rosa N° 172
Teléfono N° 632-1548

Lima, 21 de junio de 2019

CARTA Nro. 675-2019-MML-GDE-SAC-DAMF

SR. LUNA SULCA OMAR EDUARDO
Av. Los Algarrobos Mz. G Lote 10 AA.HH. La Menacho II
EL AGUSTINO.-

REF. : Documento Simple N° 201962-2019

Por el presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y en atención al documento de la referencia, a través del cual solicita información del rubro de **SUPERMERCADOS** con Licencia de Funcionamiento en el Cercado de Lima.

Sobre el particular, le hago llegar un listado de Licencias de Funcionamiento otorgadas y que se encuentran vigentes, para el rubro de **SUPERMERCADOS** en el Cercado de Lima, para su conocimiento y fines correspondientes.

Sin otro particular, quedo de usted,

Atentamente,


MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA
GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO
SUBGERENCIA DE AUTORIZACIONES COMERCIALES
.....
MARIELLA PERALTA ZAMORA
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE AUTORIZACION
MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO

MPZ/mesg.-

DEPARTAMENTO DE AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO
Pasaje Santa Rosa N° 172
Teléfono N° 632-1548

LICENCIA VIGENTES DE SUPERMERCADOS EN EL CERCADO DE LIMA

N	EXPEDIENTE	FECHA OTOR.	RUC	RAZON SOCIAL	DIRECCION ESTABLECIMIENTO	AREA	REPRESENTANTE LEGAL	ID_REPLEGAL	DESGIRO1	TLF
1	0000203788-2018	19/07/2018	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	AV. ALFONSO UGARTE 1171	16,322	TRIGOS VILLANUEVA ANGELICA RUTH	08602905	SUPERMERCADOS,	6188000
2	0000257109-2018	11/09/2018	20109072177	CENCOSUD RETAIL PERU S.A.	AV. ALFONSO UGARTE 289	4,922	GUILLERMO PABLO PALUS GAVIRIA	07734793	SUPERMERCADOS,	6260000
3	0000021895-2019	26/02/2019	20508565934	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	AV. COLONIAL 1291 INT. 101	3,971	BUSTAMANTE IGLESIAS JORGE	10314966	SUPERMERCADOS,	5139400
5	0000017835-2017	19/01/2017	20109072177	CENCOSUD RETAIL PERU S.A.	AV. COLONIAL 3002	14,888	GUILLERMO PABLO PALUS GAVIRIA	07734793	SUPERMERCADOS,	6260000
6	0000069873-2018	12/03/2018	20502257987	CORPORACION VEGA S.A.C.	AV. COLONIAL 669 INT. 104	960	ANTONIO MICHEL VEGA PAREDES	09466651	SUPERMERCADOS,	6148480
7	0000277840-2018	19/09/2018	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	AV. INCA GARCILASO DE LA VEGA 1337 INT. 1098	6,980	TRIGOS VILLANUEVA ANGELICA RUTH	08602905	SUPERMERCADOS,	6188000
8	0000161114-2009	16/12/2009	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	AV. INCA GARCILASO DE LA VEGA 1383	6,424	REANO MARTIN MIGUEL SANTIAGO	08227689	SUPERMERCADOS,	6188000
9	0000171879-2019	07/06/2019	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	AV. NICOLAS DE PIEROLA 476	1,986	OSCAR ALBERTO TEJADA GIRANO	40663972	SUPERMERCADOS,	6188000
10	0000382155-2018	06/12/2018	20508565934	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	AV. NICOLAS DUENAS 475	4,756	ECHECOPAR KOECHLIN, GERARDO ARTURO	07778935	SUPERMERCADOS,	5139400
11	0000021871-2019	04/02/2019	20508565934	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	AV. TACNA 665	10,884	BUSTAMANTE IGLESIAS JORGE	10314966	SUPERMERCADOS,	5139400
13	0000378760-2017	10/01/2018	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	JR. CAMANA 521	2,015	TRIGOS VILLANUEVA ANGELICA RUTH	08602905	SUPERMERCADOS,	6188000
14	0000358878-2017	28/12/2017	20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.	JR. UNION 600 INT. 101 S	2,112	TRIGOS VILLANUEVA ANGELICA RUTH	08602905	SUPERMERCADOS,	6188000



FUENTE SISTEMA SISLIC

RESPONSABLE DE FILTRO: ABRAHAM CASAS

Anexo 5: Base de datos

N°	GOBIERNO CORPORATIVO																	
	ÉTICA EMPRESARIAL									TRANSPARENCIA DE INFORMACION						VARIABLE 1		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	V1D1	V1D2	V1
1	5	5	4	5	4	5	3	5	3	5	4	4	5	4	3	39	25	64
2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	3	5	4	5	4	39	23	62
3	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	3	4	5	40	25	65
4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	37	24	61
5	5	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	4	3	5	4	38	25	63
6	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	40	25	65
7	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	5	3	37	25	62
8	5	4	3	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	5	33	21	54
9	5	3	4	2	2	3	3	5	2	3	4	4	5	2	4	29	22	51
10	4	3	4	2	4	4	2	4	3	3	4	3	4	5	3	30	22	52
11	2	5	2	3	3	2	2	4	4	5	2	3	5	4	4	27	23	50
12	3	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	4	3	3	25	19	44
13	4	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	23	18	41
14	4	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	28	18	46
15	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2	28	17	45
16	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	37	24	61
17	5	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	4	5	3	4	38	25	63
18	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	37	25	62
19	2	3	2	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	31	27	58
20	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	5	38	25	63

21	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	39	25	64
22	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	40	25	65
23	4	3	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	3	5	37	27	64
24	4	3	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	3	5	39	25	64
25	5	4	3	3	3	5	4	5	3	4	5	5	5	3	5	35	27	62
26	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	36	26	62
27	5	4	3	3	3	4	5	3	3	4	5	3	5	3	5	33	25	58
28	5	3	4	5	2	5	5	5	5	3	4	5	4	2	5	39	23	62
29	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4	3	4	36	23	59
30	3	2	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	35	27	62
31	4	4	3	5	2	4	3	2	5	4	3	5	4	3	5	32	24	56
32	4	2	3	5	3	2	5	4	5	2	4	5	5	4	4	33	24	57
33	5	3	3	4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	3	5	34	24	58
34	4	5	2	5	3	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	34	27	61
35	5	4	3	5	2	4	4	2	5	4	3	5	4	3	3	34	22	56
36	4	3	2	5	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	4	34	25	59

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL																		
DIMENSIÓN ECONOMICA					DIMENSIÓN SOCIAL						DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL				VARIABLE 2			
P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	V2D1	V2D2	V2D3	V2
5	4	2	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5	20	25	17	62
4	3	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	20	25	19	64
3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	20	24	16	60
4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	21	27	19	67
5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	23	25	19	67
5	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	22	26	17	65
3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	19	27	19	65
4	5	4	3	3	3	5	3	4	4	3	5	5	3	3	19	22	16	57
3	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	18	21	13	52
4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	17	18	12	47
2	2	5	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	14	16	12	42
4	3	4	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	16	16	12	44
2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	4	13	14	14	41
3	4	2	3	3	3	4	5	3	3	3	4	4	2	4	15	21	14	50
3	2	3	2	4	4	5	3	4	5	2	4	4	2	2	14	23	12	49
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	22	27	19	68
5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	23	25	19	67
4	5	5	4	5	5	4	3	3	5	3	3	4	3	4	23	23	14	60
2	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	18	24	18	60
4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	20	26	15	61
5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	23	25	19	67
5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	22	27	17	66


3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	20	29	19	68
3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	20	28	19	67
4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	19	24	17	60
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	21	27	16	64
4	5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	21	25	18	64
3	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	3	2	4	5	18	26	14	58
4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	21	26	19	66
5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	20	28	18	66
4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	20	25	15	60
2	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	20	27	16	63
3	2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	18	27	16	61
4	2	5	2	3	5	4	5	4	5	3	2	2	4	4	16	26	12	54
4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	19	26	15	60
5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	3	4	5	21	26	16	63

Anexo 6: Análisis de Fiabilidad ítem por ítem

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.	,923
2. Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.	,922
3. Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.	,917
4. Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.	,916
5. Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.	,920
6. La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.	,919
7. Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.	,919
8. Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.	,923
9. Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.	,921
10. La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.	,926
11. La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.	,918
12. Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.	,920
13. En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada p	,927

14. Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su em	,922
15. Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.	,924
16. La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus clientes.	,920
17. Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.	,924
18. La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización.	,925
19. Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.	,919
20. Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.	,916
21. La organización genera un buen clima laboral a sus empleados.	,920
22. Los supervisores encargados muestran interés en cada empleado generando un mejor clima dentro de la organización.	,925
23. Aplica algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.	,921
24. La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social.	,921
25. La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.	,922
26. La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.	,919
27. La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.	,920
28. Incentiva a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.	,919
29. Realizan charlas enseñando educación ambiental para aplicar métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.	,920
30. Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.	,918

Anexo 7: Porcentaje de Turnitin

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

"Gobierno corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019"

TESIS

AUTORES:
Omar Eduardo Luna Sulca
Orcid.org/0000-0002-5905-9926
Melany Teresa Soto Chirinos
Orcid.org/0000-0001-5997-908X

ASESOR:
Mg. Marcelo Dante Gonzales Matos
Orcid.org/0000-0003-4365-5990

Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

10 %

>

2

Entregado a Universida...

Trabajo del estudiante

6 %

>

3

repositorio.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

>

4

www.cuidatudinero.com

Fuente de Internet

<1 %

>

5

revistas.univalle.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

>

6

repo.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

>

7





www.ariondata.com



Fuente de Internet

<1 %


>

Página: 1 de 141 Número de palabras: 30977

Text-only Report | High Resolution **Activado**    

 Gobierno Corporat....pdf 

Mostrar todo



Anexo 8: Encuestas realizadas

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.			X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.		X			
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.		X			
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.			X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.			X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.			X		
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.			X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.			X		
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.			X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.			X		

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.		X			
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.		X			
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.		X			
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.		X			
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.		X			
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.		X			
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.		X			
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.			X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.		X			
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.			X		
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.		X			
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.			X		

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.		X			
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.		X			
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.		X			
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo		X			

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.		X			
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.		X			
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.		X			
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.		X			
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.		X			
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.		X			
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.		X			
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.			X		
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.		X			
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.		X			
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.		X			
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.		X			
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.		X			
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.			X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.		X			
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.		X			
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.		X			
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.		X			
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.			X		
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.			X		

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.		X			
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.		X			
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.		X			
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.		X			
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.		X			
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.		X			
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo		X			

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.		X			
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.		X			
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.		X			
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.		X			
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.		X			
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.		X			
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.		X			
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.		X			
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.			X		
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.		X			
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.		X			
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.		X			
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.			X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.		X			
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.			X		
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.		X			
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.		X			
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo		X			

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.			X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.		X			
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.		X			
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.		X			
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.		X			
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.		X			
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.		X			

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.			X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.		X			
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.								
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.								X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.								X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.						X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.						X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.		X						
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.						X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.						X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.								X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X					
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.						X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.						X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.						X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.						X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.								X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X					
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.						X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.								X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.								X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.						X		

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.			X		
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.			X		
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.			X		
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.			X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.			X		
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.			X		
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.					X
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se benefician tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.					X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.			X		
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.			X		
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.				X	
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.		X			
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.					X
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.		X			
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.			X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.			X		
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.		X			
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.					X
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.			X		
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.			X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.			X		
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.		X			
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.				X	
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.					X
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.						
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.						X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.						X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.						X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.						X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.						X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.						X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.						X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.						X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.						X
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.					X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.						X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.		X			
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.			X		
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.		X			
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.			X		
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.				X	
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.					X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.				X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.			X		
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.		X			
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.		X			
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.		X			
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.						
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.						X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.						X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.					X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.		X				
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.					X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.						X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.					X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.						X
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.						X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.						X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.						X
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X	
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.					X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.					X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X		
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.					X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.						X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.				X	
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.			X		
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.				X	
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.					X
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.			X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.		X			
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.				X	
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.				X	
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.					X
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.				X	
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X	
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.			X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.					X
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.			X		
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.		X			
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.				X	
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.				X	
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.					X
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo				X	

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.					X
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X	
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.				X	
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.		X			
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.		X			
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.		X			
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.		X			
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.				X	

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.					X
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.				X	
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.			X		
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.		X			
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.				X	
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.				X	
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.		X			
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo			X		

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.								
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.								X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.						X		
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.				X				
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X				
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.						X		
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X				
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.						X		
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.						X		
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.						X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.								X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.						X		
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.								X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.						X		
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.						X		
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.						X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X				
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.				X				
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.						X		
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.								X

CUESTIONARIO

Estimado(a) representante:

El actual instrumento tiene como finalidad establecer qué relación hay entre Gobierno Corporativo y Responsabilidad social empresarial de Supermercados del Distrito Cercado de Lima, periodo 2019. Por ende se le invita a responder los siguientes enunciados con autenticidad. Agradezco su atención.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente, por consiguiente solo elegir una opción en cada pregunta. Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Cuentan con un apropiado ambiente ético que refleja una mayor sintonía entre los órganos de gobierno de su organización ayudando así que exista un buen gobierno corporativo dentro de la misma.				X	
2	Tienen en mente algún método para evitar la retirada de productos debido a la falta de ética por no haber seguido los estándares de calidad generando conflictos entre sus órganos de gobierno afectados por la pérdida económica.			X		
3	Para que exista un buen gobierno corporativo al momento de entrevistar algún trabajador evalúan posibilidades de tener a personas que realicen acciones que afecten positivamente al clima organizacional despojando la ética corporativa.		X			
4	Cuentan con información objetiva disponible sobre sucesos analizados por parte de los trabajadores que les permitan tomar una decisión que ayude a mejorar el gobierno corporativo entre sus partes interesadas.					X
5	Participa la empresa en asociaciones de carácter empresarial para no difundir información falsa en contra de sus competidores manteniendo un cogido de ética entre su gobierno corporativo.				X	
6	La organización tiene establecidas decisiones claras para resolver conflictos que se presenten con la competencia por algún manejo de información falsa respetando la ética corporativa de acuerdo a su gobierno corporativo.			X		
7	Se esfuerzan por vincularse con valores éticos ganándose la confianza de los consumidores para que generen una ventaja competitiva otorgando una gran reputación en el mercado sobre la organización y su gobierno corporativo.					X
8	Generan confianza entre los diferentes grupos que interactúan con la empresa para que se eviten casos de corrupción desprestigiando la reputación de la organización y a sus órganos de gobierno.			X		
9	Dentro de los órganos de gobierno de su organización formulan explícitamente la meta a donde aspiran a ser reconocidos como una buena empresa por sus stakeholders.					X
10	La organización revela mensajes coherentes dirigidos a los órganos de gobierno en relación con la gestión de la empresa durante el año sobre su desempeño económico para ver el futuro de la compañía.				X	
11	La empresa revela anualmente un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del sistema de gobierno corporativo					X

	correspondiente a la gestión para tomar decisiones respecto a un futuro.					
12	Dentro de los órganos de gobierno de su organización comprenden la relevancia que tienen las políticas contables para la obtención de transparencia de la información financiera.					X
13	En su entidad los órganos de gobierno trabajan bajo la razonabilidad para que sus estados financieros sean formulados en base a los principios de contabilidad generalmente aceptados para que obtengan transparencia en la información que detallan cada periodo.				X	
14	Dentro de su organización han existido errores originados por fallos de control en los reportes contables que no han sido detectados de manera oportuna a través de los procedimientos de supervisión generando molestia a los órganos de gobierno de su empresa.			X		
15	Dando relevancia a la validez que deben tener los reportes contables su organización implementa procesos para hacer seguimiento a las deficiencias que existan para que sus órganos de gobierno puedan prever futuras consecuencias.				X	
16	La empresa cuenta con una estrategia de negocio orientada sobre cómo podrá generar valor para sus stakeholders.					X
17	Organizan frecuentemente reuniones especiales con su personal para que adquieran nuevos conocimientos para crecer económicamente.				X	
18	La empresa identifica oportunidades para aprovechar mejor el ecosistema de innovación en su organización que ayude a crecer en el ámbito de responsabilidad social empresarial.					X
19	Aplican un plan para proteger los resultados de sus proyectos de innovación en su empresa.				X	
20	Ante alguna oportunidad anterior de innovación obtuvo una gran aceptación por parte los clientes con relación a los productos ofrecidos en el mercado.			X		
21	La organización toma en cuenta que generar un buen clima laboral a sus empleados los ayuda a obtener más beneficios tanto ellos como la organización.					X
22	Las personas encargadas de supervisar a los empleados muestran interés en cada uno para que generen un mejor clima dentro de la organización.				X	
23	Aplican algún método de retribución proporcional al esfuerzo de cada empleado para su bienestar dentro de la organización.					X
24	La organización destina parte del presupuesto para programas de bienestar social a sus stakeholders.				X	
25	La empresa necesita que realice con frecuencia actividades de bienestar social para el trabajo de motivación en sus empleadores.					X
26	La compañía planifica frecuentemente el ciclo de vida de los productos más contaminantes a ofrecer antes de ser lanzados al mercado para evitar problemas ambientales.			X		
27	La empresa separa los distintos tipos de basura dentro de su organización para evitar que los materiales reciclables se contaminen con aquellos que no lo son generando problemas al medioambiente.				X	
28	Incentivan a manejar de manera correcta los residuos sólidos dentro del supermercado ayudando a evitar problemas ambientales.			X		
29	Dentro de la empresa realizan charlas enseñando educación ambiental a sus empleados para que apliquen métodos evitando que los afecte la condición del medio ambiente.				X	
30	Considera muy importante que las empresas enseñen educación ambiental a sus empleados para que se beneficien tanto ellas como toda la comunidad.					X